

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA
ESCUELA MULTILINGÜE DE NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES**

**TRABAJO DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADA MULTILINGÜE EN NEGOCIOS
Y RELACIONES INTERNACIONALES**

**ANÁLISIS DE LA HEGEMONÍA CULTURAL ESTADOUNIDENSE A TRAVÉS DE
PRODUCTOS CULTURALES. CASO DEL CÓMIC “CAPITÁN AMÉRICA”**

CARLA ESTEFANÍA ORNA RAMÍREZ

**MAYO, 2018
QUITO - ECUADOR**

DEDICATORIA

A mi madre y a mi padre, por ser los pilares de mi formación y educación como ser humano y profesional.

A mis hermanos por ser parte esencial de mi vida.

Y a todos (as) quienes tienen la capacidad de visualizar sus metas y hacerlas realidad.

AGRADECIMIENTO

Agradezco al ser celestial por las bendiciones recibidas,

A mi familia, mis padres Dora y Juan Carlos, mis hermanos Carlos y Adriana, por su amor, apoyo incondicional y su ejemplo de responsabilidad, trabajo, compromiso y perseverancia.

A mi mejor amiga, Anita, por celebrar mis éxitos, acompañarme durante mis batallas y su lealtad en todos estos años de amistad.

A Pablo, por su paciencia, confianza en mis capacidades, apoyo en el cumplimiento de mis metas y amor en libertad.

A mis profesores de la universidad, por inspirarme con sus enseñanzas y motivarme a alcanzar la excelencia, en especial, agradezco a mi Directora de tesis, Gilda, quién supo guiarme con sus conocimientos y experiencia en la elaboración de la presente disertación.

A mis compañeras (os) de la universidad porque cada una (o) de ellas (os) representaron una experiencia de vida.

ÍNDICE GENERAL

I.	TEMA	1
II.	RESUMEN	1
III.	ABSTRACT	2
IV.	RÉSUMÉ	2
V.	INTRODUCCIÓN	4

CAPÍTULO I

CONSOLIDACIÓN DE LA HEGEMONÍA POLÍTICA, ECONÓMICA Y SOCIAL ESTADOUNIDENSE EN EL SISTEMA INTERNACIONAL DURANTE EL SIGLO XX

1.1.	Influencia del Sistema Político de Estados Unidos	10
1.1.1.	Instauración de la democracia como modelo de gobierno de Estados Unidos	10
1.1.2.	Institucionalización de la democracia desde Estados Unidos hacia el mundo: paz, seguridad y valores democráticos	14
1.1.3.	Política Exterior estadounidense justificada en la democratización para la paz mundial y seguridad internacional durante el Siglo XX	18
1.2.	Expansión del Sistema Económico de Estados Unidos	21
1.2.1.	Implementación del capitalismo como modelo económico estadounidense	22
1.2.2.	Estandarización de políticas económicas a través de los Organismos Internacionales de Bretton Woods	24
1.2.3.	El peso de la economía estadounidense	27
1.3.	Reconocimiento y difusión de la cultura estadounidense durante el Siglo XX en el mundo	31
1.3.1.	Cultura estadounidense: valores e identidad de la sociedad	31
1.3.2.	Cosmovisión de los ciudadanos estadounidenses respecto de su rol a nivel mundial	34
1.3.3.	Estilo de vida de la sociedad estadounidense replicados en otras culturas	37

CAPÍTULO II

CONSTRUCCIÓN DE LA HEGEMONÍA CULTURAL ESTADOUNIDENSE A TRAVÉS DEL PODER BLANDO Y LA GLOBALIZACIÓN

2.1.	La globalización como causa de la “americanización” del mundo	40
2.1.1.	La globalización desde el punto de vista estadounidense	41
2.1.2.	Adaptación de los actores del sistema internacional a la globalización	44
2.1.3.	Nacimiento de la cultura global	46
2.2.	Contribución del poder blando para el cumplimiento de objetivos políticos, económicos y culturales de Estados Unidos	48

2.2.1.	El concepto del poder blando y la diplomacia cultural de Estados Unidos	49
2.2.2.	Actores del sistema internacional y los recursos disponibles del poder blando en Estados Unidos	52
2.2.3.	Potencialización de los recursos disponibles para el cumplimiento de objetivos del gobierno: idioma, cine, literatura, entre otros	56
2.3.	Rol de la empresa privada en el Siglo XX y la producción de productos culturales que influyen en el imaginario social	58
2.3.1.	Rol de la empresa privada en el sistema internacional del Siglo XX	58
2.3.2.	Industria cultural y productos culturales	60
2.3.3.	Influencia de los productos culturales en la construcción de una sociedad hegemónica	63

CAPÍTULO III

LA CREACIÓN DE LA INDUSTRIA MARVEL Y SU ALCANCE EN LA SOCIEDAD ESTADOUNIDENSE Y GLOBAL A TRAVÉS DE LA MASIFICACIÓN DEL CAPITÁN AMÉRICA – ANÁLISIS SEMIÓTICO

3.1.	La Industria Marvel	66
3.1.1.	La industria del cómic de los Estados Unidos	66
3.1.2.	Surgimiento de la industria Marvel y nacimiento del Capitán América	70
3.1.3.	Éxito comercial del Capitán América y masificación del cómic en otros productos culturales	72
3.2.	Marco metodológico y aproximaciones denotativas del Capitán América	75
3.2.1.	La semiótica como método para descifrar los símbolos del Capitán América	76
3.2.2.	Eco: La construcción de tramas y personajes típicos como símbolos morales	79
3.2.3.	Aproximaciones denotativas del Capitán América	82
3.3.	Trama y personaje típico del Capitán América: la historia desde el Cómic de Marvel	84
3.3.1.	Steve Rogers: el norteamericano reclutado que desea enlistarse	84
3.3.2.	Proyecto Renacimiento: el experimento para crear Súper-Soldados estadounidenses	86
3.3.3.	El Capitán América y su rol a lo largo de los hitos históricos del Siglo XX	88

VI.	ANÁLISIS	97
-----	----------	----

VII.	CONCLUSIONES	113
------	--------------	-----

VIII.	RECOMENDACIONES	117
-------	-----------------	-----

	LISTA DE REFERENCIAS	119
--	----------------------	-----

	ANEXOS	134
--	--------	-----

ÍNDICE DE CUADROS, FIGURAS, GRÁFICOS Y TABLAS

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Países que adoptaron el sistema político Democrático desde 1957	12
Cuadro 2: Intervención militar y no militar de Estados Unidos durante la Guerra Fría	36
Cuadro 3: Índice para medir el poder blando de un país 2017	133
Cuadro 4: Recursos de poder de Estados Unidos durante los siglos XX y XXI	54
Cuadro 5: Empresa tradicional vs. Empresa moderna	61
Cuadro 6: Diferencias entre el símbolo y el personaje típico	81

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Portada de <i>Mickey Mouse Magazine</i> , 1936	68
Figura 2: Portada de <i>Mickey Rat</i> N°3, 1980	68
Figura 3: Portada de <i>Detective Comics</i> #1, 1937	68
Figura 4: Portada de <i>Superman: Ante la Verdad</i> , 2017	68
Figura 5: Steve Rogers es rechazado al tratar de enlistarse	136
Figura 6: Steve Rogers	85
Figura 7: Escape de Steve Rogers	140
Figura 8: Experimento del Profesor Abraham Erskine	141
Figura 9: Transformación de Steve Rogers	87
Figura 10: Primera aparición del Capitán América	142
Figura 11: Presidente F.D. Roosevelt entrega escudo al Capitán América	143
Figura 12: Portada de la primera edición del Capitán América, marzo 1941	90
Figura 13: Portada de <i>Capitán América</i> No. 42, Octubre 1944	91
Figura 14: Portada de <i>Capitán América</i> No. 78, Septiembre 1950	92
Figura 15: Portada de <i>Capitán América</i> No. 183, Marzo 1975	93
Figura 16: Portada de <i>Capitán América</i> No. 352, Abril 1989	94
Figura 17: Portada de <i>Capitán América</i> No. 383, Marzo 1991	95
Figura 18: Análisis semiótico del Capitán América a nivel semántico, sintáctico y pragmático (1/3)	101
Figura 19: Análisis semiótico del Capitán América a nivel semántico, sintáctico y pragmático (2/3)	102
Figura 20: Análisis semiótico del Capitán América a nivel semántico, sintáctico y pragmático (3/3)	103

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Número de democracias 1800-2010	14
Gráfico 2: Expansión de la revolución industrial (siglo XIX)	22
Gráfico 3: Crecimiento real del PIB de Estados Unidos 1929-2009	29
Gráfico 4: PIB <i>per cápita</i> de Estados Unidos (período 1870-2011)	29
Gráfico 5: Evolución del PIB de Estados Unidos y Canadá	30
Gráfico 6: Monto de las exportaciones latinoamericanas hacia Estados Unidos	30
Gráfico 7: Aspiraciones extrínsecas e intrínsecas entre los ciudadanos de EEUU y Rusia	39
Gráfico 8: Cuadro comparativo entre los 10 países con mayor poder blando según las categorías	51

Gráfico 9: Influencia del poder blando en el Sistema Internacional	54
Gráfico 10: Influencia del poder blando a través de un actor del Sistema Internacional	55
Gráfico 11: 20 películas más taquilleras de la historia	58
Gráfico 12: Consumo de productos culturales	62
Gráfico 13: Mercados mundiales de la industria cultural	64
Gráfico 14: Exportaciones mundiales de productos culturales	64
Gráfico 15: Triada de Pierce	76
Gráfico 16: Dimensiones del código según Guiraud planteadas para el análisis de portadas de comics	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Gasto en defensa de E.E.U.U. desde su participación en la OTAN	17
Tabla 2: Niveles de industrialización <i>per cápita</i> 1890-1938	23
Tabla 4: Selección de cómics de acuerdo a hitos históricos	89

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: PIB de Estados Unidos por año comparado con recesiones y eventos	134
Anexo 2: Índice para medir el poder blando de un país 2017	136
Anexo 3: Steve Rogers es rechazado al tratar de enlistarse	139
Anexo 4: Escape de Steve Rogers	140
Anexo 5: Experimento del Profesor Abraham Erskine Reinstein	141
Anexo 6: Primera aparición del Capitán América	142
Anexo 7: Presidente F.D Roosevelt entrega escudo al Capitán América	143
Anexo 8: Guía de Lectura de las Figuras 18,19,20	143
Anexo 9: Reacciones pragmáticas acerca del escudo del Capitán América	145

I. TEMA

ANÁLISIS DE LA HEGEMONÍA CULTURAL ESTADOUNIDENSE A TRAVÉS DE PRODUCTOS CULTURALES. CASO DEL CÓMIC “CAPITÁN AMÉRICA”

II. RESUMEN

Esta disertación de grado trata sobre el posicionamiento de la hegemonía estadounidense en el sistema internacional, a través del poder blando como herramienta de producción y reproducción de su cultura en el siglo XX, misma que se expande con la globalización mediante sus productos culturales masificados. El cómic del Capitán América, como objeto de estudio, es un producto cultural que encarna los valores estadounidenses de democracia y libertad, y la identidad y rol del ser ciudadano estadounidense, basados en el destino manifiesto. Esta doctrina nacional aceptada por la sociedad ha justificado el accionar del país en los diferentes hitos históricos y ha legitimado su imagen como defensor de la seguridad colectiva y la paz mundial. Así, el Capitán América, como símbolo metafórico de la identidad estadounidense cuya trama se basa en hechos reales como lo explica Eco, requiere de un análisis semiótico para descifrar sus significados y cómo estos han influenciado en el imaginario colectivo estadounidense y mundial analizado a través de la teoría constructivista de Nicholas Onuf (2014) y Alexander Wendt (2005), todo esto para visibilizar que la construcción de una hegemonía cultural requiere de una revolución sustentada en bases sólidas de identidad nacional como lo teoriza Antonio Gramsci (1978).

Palabras Clave: *Hegemonía cultural estadounidense; poder blando; productos culturales masificados; simbolismo del Capitán América; constructivismo*

III. ABSTRACT

This dissertation studies the positioning of US hegemony in the international system, through soft power as a tool for the production and reproduction of its culture in the 20th century, which expands with globalization through its mass cultural products. The comic of Captain America, as an object of

study, is a cultural product that embodies the American values of democracy and freedom, and the identity and role of the American citizen, in Manifest Destiny. This national doctrine, accepted by society, has justified the actions of the country in the different historic milestones and has legitimized its image as a defender of collective security and world peace. Thus, Captain America, as the metaphorical symbol of American identity, whose plot is based on real events as explained by Eco, requires a semiotic analysis to decipher its meanings and how these have influenced the collective imagination of the United States and the world, analyzed through the constructivist theory of Nicholas Onuf (2014) and Alexander Wendt (2005), all this to make visible that the construction of a cultural hegemony requires a revolution nourished in solid bases of national identity as Antonio Gramsci (1978) theorizes.

Key Words: *American cultural hegemony; soft power; mass cultural products; symbolism of Captain America; constructivism.*

IV. RÉSUMÉ

Cette dissertation porte sur la position de l'hégémonie américaine dans le système international, à travers de l'usage du *soft power* comme outil de production et de reproduction de sa culture au XXe siècle, qui se développe avec la mondialisation grâce à la massification de ses produits culturels. La bande dessinée *Captain America*, comme objet d'étude, est un produit culturel qui incarne les valeurs américaines de démocratie et de liberté, et l'identité et rôle du citoyen américain, fondés sur la destinée manifeste. Cette doctrine nationale, acceptée par la société, a justifié les actions des Etats Unis dans les différentes étapes historiques et a légitimé son image en tant que défenseur de la sécurité collective et de la paix mondiale. Ainsi, *Captain America*, en tant que symbole métaphorique de l'identité américaine dont les aventures sont fondées sur des faits réels comme l'explique Eco, exige une analyse sémiotique pour déchiffrer ses significations et comment celles-ci ont influencé l'imaginaire collectif américain et mondial analysée par le biais de la théorie constructiviste de Nicholas Onuf (2014) et Alexander Wendt (2005), tout cela pour montrer que la construction

d'une hégémonie culturelle requiert une révolution fondée sur des bases solides d'une identité nationale comme l'approche théorique d'Antonio Gramsci (1978).

Mots clés : *Hégémonie culturelle américaine ; soft power ; produits culturels de masse ; symbolisme du Captain America ; théorie constructiviste.*

V. INTRODUCCIÓN

Durante el siglo XX, Estados Unidos se posicionó como el Estado con mayor poder del sistema internacional en el ámbito político, económico, militar, y cultural (Nye J. , 2003). El alcance e influencia de su poder en otros países del mundo además del mantenimiento del mismo hasta el siglo actual, lo convierte en una hegemonía excepcional (Lipset, 2000). Existen varios factores políticos y económicos que explican el liderazgo de Estados Unidos en el sistema internacional, no obstante, uno de los factores importantes que también ha contribuido al sostenimiento de su hegemonía es la cultura (Hernández, 2016). Cada acontecimiento histórico del siglo anterior, desde la I y II Guerra Mundial, pasando por la Guerra Fría, la caída del muro de Berlín hasta la desintegración de la Unión Soviética (URSS) marcaron el orden mundial cuya distribución desequilibrada del poder contribuyó a la construcción de la hegemonía estadounidense (Veraza, 2004).

En la I Guerra Mundial Estados Unidos en conjunto con Francia y Gran Bretaña conformaban el grupo de las potencias de aquel entonces. Estados Unidos contaba con una economía capitalista industrializada, un sistema de gobierno democrático y una población en crecimiento; ya que era una nación abierta a recibir migrantes dispuestos a construir sus vidas en una sociedad que no restringía su libertad de escoger y actuar (Kennedy, 2008). Aunque la participación de Estados Unidos no fue protagónica en el conflicto a pesar de ser parte de la Triple Entente, la iniciativa del expresidente Woodrow Wilson para crear la Sociedad de Naciones al final de la guerra, en nombre de la paz y la democracia, representó el inicio de las responsabilidades gubernamentales que el país asumía ante el mundo, bajo la convicción que expresa el destino manifiesto propio de la sociedad estadounidense (Fuentevilla, 2008).

Al contrario de la Gran Guerra, la II Guerra Mundial y aun cuando Estados Unidos participó casi dos años después de su inicio; el evento bélico fue el comienzo de la manifestación de las prioridades del país. El ataque del Imperio japonés a la flota estadounidense en Pearl Harbor en el Pacífico en diciembre de 1941, motivó a que el expresidente estadounidense Franklin Roosevelt se uniera

a los Aliados para luchar en contra del fascismo Alemán y así demostrara el poder militar y económico del país para acabar con las Potencias del Eje (Gispert, 1996). En efecto, al terminar el conflicto bélico, Estados Unidos fue el país con menos consecuencias sociales y económicas en comparación con Francia y Gran Bretaña, el fin de la II Guerra Mundial significó una oportunidad para la posición de poder del país en el sistema internacional (Veraza, 2004).

Por un lado, a través del Plan Marshall apoyó en la reconstrucción de Europa, lo que significó el control por encima del 50% de la producción económica mundial al ser el único país capaz de proveer de recursos y bienes al mercado, dando inicio a la globalización (Stiglitz, 2002). Por otro lado, se creó la Organización de las Naciones Unidas (ONU) como iniciativa del expresidente F. Roosevelt con el objetivo de mantener la paz y la seguridad internacional de acuerdo a los principios de la democracia estadounidense y finalmente los ciudadanos se sintieron “libertadores”; la identidad nacional del país se cimentó sobre la base del poder simbólico que representó el auto proclamarse como defensor de la democracia y la libertad (Veraza, 2004).

A partir de 1945, no solo Estados Unidos era una potencia en el sistema internacional, sino también la Unión Soviética. Así en 1950, surge la denominada Guerra Fría, un importante hito histórico que consistió en la bipolarización del mundo debido al conflicto ideológico no armado entre la democracia y el comunismo. El interés de evitar la expansión de dichas ideologías en otros territorios generó tensiones militares entre ambas potencias y conllevó a la intervención militar tanto de Estados Unidos como de la URSS en la Península Coreana y Vietnam (Gispert, 1996). La contienda ideológica también englobaba al sistema político y económico que los países acogerían al aceptar ya sea la democracia o el comunismo. En ese sentido, surgieron nuevas formas mayoritariamente por parte de Estados Unidos para evitar la expansión del comunismo de las cuales se destacan: la expansión de la democracia a través de la ONU, la creación de las instituciones de *Bretton Woods*¹ para ordenar el comercio, las finanzas y el sistema monetario mundial, el uso de la propaganda

¹ Instituciones como el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial y la OMC (Bordo, 1993).

política mediante creación de un departamento de estado denominado *United States Information Agency* (USIA) para la producción de bienes culturales (películas, libros, etc.) que expresen los beneficios de la democracia y el inicio de una diplomacia cultural a nivel interno y externo con estrategias de poder blando de la política exterior estadounidense (Borda, 2013).

El surgimiento de medios pacíficos de la Guerra Fría fue la característica principal ya que las estrategias consistieron en ganar la lucha a través de la construcción de sociedades a favor de la democracia y el capitalismo; tal como el expresidente de Estados Unidos Dwight D. Eisenhower (1953) afirmó:

“Nuestro objetivo en la guerra fría no es conquistar o someter por la fuerza un territorio. Nuestro objetivo es más sutil, más penetrante, más completo. Estamos intentando, por medios pacíficos, que el mundo crea la verdad. (...) A los medios que vamos a emplear para extender esta verdad se les suele llamar ‘guerra psicológica’. Es la lucha por ganar las mentes y las voluntades de los hombres” (Eisenhower, 1953, pág. 1).

De esta manera, proveer de información a través de los medios escritos o visuales para atraer a las sociedades hacia la democracia aumentó el uso del poder blando (UNESCO, 2000). Este trabajo fue realizado no solo por el gobierno sino también por las empresas privadas estadounidenses. Por ejemplo, la industria cinematográfica *Hollywood* se benefició de este contexto político para abrir las puertas hacia la estandarización de la cultura de masas a través del cliché *American way of life*² (Naciones Unidas, 2010). Otro ejemplo que aportó en la construcción del imaginario social a favor de Estados Unidos y apoyó en el alcance de sus propósitos, fue la industria de los cómics y dibujos animados como Marvel y Disney, que se inspiraron en hechos reales y crearon personajes como el Pato Donald y el Capitán América para metaforizar la realidad y enviar mensajes respecto de los beneficios del capitalismo y a su vez enfatizaron la diferencia entre el salvador y el enemigo (Zalben, 2011). Por ende la empresa privada colaboró, a través de poder blando y la globalización para exportar los bienes culturales a otros países, en la consolidación del poder de la hegemonía desde las bases. Por lo tanto, la caída del muro de Berlín en noviembre de 1989 y la desintegración de

² Estilo de vida estadounidense

la URSS en diciembre de 1991 significó la victoria para Estados Unidos y la democracia, estos hechos durante el siglo XX demostraron al mundo que el orden mundial y el sistema internacional en el ámbito político, económico, militar y cultural llevan la etiqueta “*Made in USA*” (Nye J. , 2003).

Bajo este contexto cabe preguntarse ¿Si la construcción de una sociedad influye en el comportamiento que tiene un Estado a nivel internacional? En este sentido, la hipótesis planteada de la presente disertación de grado sostiene que el posicionamiento de Estados Unidos en el sistema internacional en el siglo XX, mismo que ha prolongado su hegemonía hasta la actualidad, impulsaría la globalización de productos culturales de empresas transnacionales estadounidenses que contribuyen, a través del poder blando, al cumplimiento de objetivos políticos, económicos y culturales de los Estados Unidos, lo que evidencia que un bien cultural como el Cómic del Capitán América ha influido desde su creación en la construcción social del proyecto hegemónico estadounidense a nivel interno y externo. En efecto, el estudio cultural permite comprender el comportamiento de los países en el sistema internacional, la academia lo evidencia a través de las teorías constructivistas que consideran a los nuevos actores que conforman el sistema internacional y fomentan sus argumentos en la dificultad que representa entender la manera en la que se construyen las naciones (Sánchez, 2012).

Por esta razón, la presente investigación tiene como objetivo principal analizar cómo los productos culturales son parte del poder blando que influye en el imaginario social y contribuye en la construcción de una hegemonía cultural que fortalece el poder estadounidense por encima de otras naciones. El caso de estudio es el cómic del Capitán América, un bien cultural creado a partir de la II Guerra Mundial por autores de ascendencia judía que expresaron, a través del superhéroe y su historia, la inconformidad hacia el nazismo alemán (Voger, 2011). El cómic es un bien cultural metafórico que tiene la capacidad de informar y explicar de manera creativa situaciones reales, por lo que estudiosos de las Relaciones Internacionales y de otros campos humanísticos han estudiado las historietas y el significado que representan sus personajes para la sociedad que los consume (White, 2014).

Para realizar la presente investigación empírica se utilizará la metodología bajo los enunciados semióticos de Pierce (1961) para descifrar los símbolos del Capitán América y el método de construcción de tramas y personajes típicos de Eco (1968) para entender los símbolos morales del superhéroe en el contexto. Asimismo, a través de los conceptos teóricos constructivistas de Alexander Wendt (2005) y Nicholas Onuf (2014) y Antonio Gramsci (1978) se analizará la construcción de la sociedad estadounidense mediante la influencia del poder blando manifestado en el cómic y el comportamiento hegemónico del país en el sistema internacional.

En el primer capítulo, se realizará una breve descripción histórica de Estados Unidos para demostrar la consolidación del poder estadounidense en el sistema internacional durante el siglo XX y su capacidad hegemónica para mantener un orden mundial hasta la actualidad. Después de conocer la manera en la que Estados Unidos cimentó su poder político, económico y cultural. En el segundo capítulo, se mencionan los conceptos de globalización, poder blando, y productos culturales para explicar el fenómeno de la globalización, causa principal de la americanización y la expresión del poder blando con la existencia de productos culturales de empresas transnacionales que influyen en el imaginario social sobre valores, formas de vida, entre otros. De esta manera, un país hegemónico como Estados Unidos y la existencia de otros actores del sistema internacional como las empresas transnacionales estadounidenses expresan el poder blando, a través de productos culturales, que contribuye en el alcance de propósitos del Estado. Por ello, en el tercer capítulo se estudia el caso del cómic Capitán América mediante la metodología semiótica y de tramas y personajes; la industria Marvel y los autores del superhéroe, además de los hitos históricos más relevantes con las portadas respectivas del cómic para entender el significado del Capitán América y el uso del cómic como producto cultural que influye en la construcción de la idiosincrasia de la sociedad estadounidense.

Finalmente, en el análisis se redactan los hitos históricos reales del siglo XX que explican el significado de los símbolos que representan el Capitán América y cómo esta manifestación metafórica cimienta la identidad de los estadounidenses y justifica de alguna manera el accionar del país en el sistema

internacional, el objeto de estudio se analiza desde la perspectiva teórica mencionada anteriormente. Cabe mencionar que el estudio se limita al siglo XX y específicamente al cómic desde el año de su aparición en 1941 hasta 1991 que es el último hito del siglo identificado como importante para la presente investigación. No se realiza un estudio a partir del Siglo XXI debido a que se presenta un nuevo contexto internacional y asimismo el cómic como revista no es muy consumido debido al desarrollo avanzado de la tecnología y por esa razón en la actualidad el personaje llega a las nuevas generaciones a través de las películas de Marvel.

En conclusión, en el estudio de las Relaciones Internacionales, la cultura ha tomado protagonismo y más aún en la era de la información en donde la globalización ha permitido el intercambio de bienes en general entre los países (Ortega, sf). Es importante entender la estructura de los Estados desde el conjunto de personas que los conforma. En el caso particular de Estados Unidos, comprender el uso del poder blando, como un elemento de su política exterior y de otros actores del sistema internacional, evidencia que el mantenimiento de su hegemonía no solo se debe a su poder político y económico sino también a su cultura. Por lo tanto, los diferentes campos de estudio que engloba la presente disertación de grado se encuentran dentro de las líneas de estudio de la Licenciatura Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales.

CAPÍTULO I

CONSOLIDACIÓN DE LA HEGEMONÍA POLÍTICA, ECONÓMICA Y SOCIAL ESTADOUNIDENSE EN EL SISTEMA INTERNACIONAL DURANTE EL SIGLO XX

1.1. Influencia del Sistema Político de Estados Unidos

La democracia, en su conjunto, exhorta a un sistema político, una forma de gobierno o la construcción de un Estado (Sartori, 1991). La adaptación de su concepto desde la civilización griega hasta la actualidad muestra el desarrollo de una sociedad en función de una organización estructurada que compromete dos factores transcendentales: la libertad y la igualdad de los individuos. Estados Unidos entendió esto y desde el 4 de julio de 1776, su poder está basado en una democracia social, política y económica (National Endowment for Democracy, 2017). Los resultados alcanzados en términos de poder han sido sustentados sobre la base de un modelo de gobierno democrático (US Embassy, sf).

En este subcapítulo, se estudia la instauración del sistema político democrático a través de la carta magna, además del creciente involucramiento de Estados Unidos en el sistema internacional que fomentó la institucionalización de la democracia a nivel global, misma que produjo una política exterior estadounidense enfocada en salvaguardar la seguridad colectiva y mantener la paz y el orden mundial bajo los principios de la democracia.

1.1.1. Instauración de la democracia como modelo de gobierno de Estados Unidos

La Declaración de Independencia de los Estados Unidos de América del 4 de julio de 1776 estableció el nacimiento de una nueva nación, caracterizada por su filosofía sobre la libertad humana. Los principios políticos inspirados en John Locke con su obra *Second Treatise on Government* reafirmaron la convicción democrática y liberal que habría de conquistar el mundo 200 años después (US Embassy, sf). La democracia es la forma de gobierno en la que prevalece el poder supremo en las manos del pueblo, esto desde sus raíces etimológicas *demos* =

pueblo y *krátos* = gobierno. Ella surge en la antigua Grecia en el año 500 a.C. con el fin de crear un nuevo sistema político basado en el debido proceso de la ley y, sobre todo, el debate civilizado (Sartori, 1991). No obstante, David Hidalgo (2007) propone que esta forma de gobierno fue adoptada por Estados Unidos y se consolidó primordial y legítima en el espectro internacional después de tres etapas³: finales del Siglo XIX, durante y al final del Siglo XX.

La primera etapa surge tras las revoluciones liberales inglesas, la Revolución Francesa y la Guerra de la Independencia Norteamericana, misma que se extiende hasta el primer tercio del Siglo XX, cuya influencia llegó a Europa y América Latina: Suiza, España, Argentina y Uruguay (Hidalgo, 2007). Aunque esta fase⁴ tomó fuerza en 1820 en Estados Unidos al extender el sufragio a los hombres. Hasta 1926 nacieron 29 democracias; sin embargo, en 1922 con la llegada de Mussolini al poder, el autoritarismo se convirtió en la opción de gobernar para algunos países (Huntington, 1996).

Para 1942, solo 12 países eran democráticos y entre ellos los que tenían más poder político y económico. En efecto, la segunda etapa democratizadora es el resultado de los países triunfales de la II Guerra Mundial. Varios países tanto en Asia (Japón), Europa (Alemania Occidental, Italia), Latinoamérica (Argentina, Brasil, Ecuador, Perú, Venezuela) y aquellas naciones descolonizadas de África se adhirieron al sistema político liderado por las potencias: Estados Unidos, Francia e Inglaterra (Huntington, 1996). A pesar de que en esta época se extiende la democracia (60 países), la amenaza a la misma persistió durante la Guerra Fría con el surgimiento de países gobernados por el comunismo, y aunque varios países se hubieran adherido a la democracia, esta fue reemplazada por regímenes autoritarios durante 1960 -1975 (Hidalgo, 2007).

La tercera etapa democratizadora desde 1975 hasta 1990 (ver Cuadro 1) se cristaliza en dos periodos: antes de 1989 con los países occidentales, y después de la caída del muro de Berlín con los países que fueron parte de la Unión

³ Hidalgo se basa en la propuesta de Samuel Huntington sobre la ola democratizadora en tres épocas desde el siglo XVIII hasta el siglo XX.

⁴ Samuel Huntington describe las etapas como olas de democratización que se expandieron en el mundo durante el siglo XX (Huntington, 1996).

Soviética (URSS) y Yugoslavia, actualmente (segunda década del Siglo XXI) son democracias reconocidas. A diferencia de las dos primeras etapas democratizadoras, la tercera no utilizó la violencia como medio para alcanzar el fin (Hidalgo, 2007).

CUADRO 1
PAISES QUE ADOPTARON EL SISTEMA POLITICO
DEMOCRÁTICO DESDE 1957

<i>REGIÓN</i>	<i>PAÍS</i>
<i>EUROPA MERIDIONAL</i>	Portugal, España, Turquía y Grecia
<i>EUROPA CENTRAL Y DEL ESTE</i>	Letonia, Lituania, Estonia, RD Alemana, Polonia, Checoslovaquia, Rumanía, Hungría, Bulgaria, Rusia, Bielorrusia, Ucrania, etc.
<i>EUROPA BALCÁNICA</i>	Serbia, Eslovenia, Croacia, Bosnia, Herzegovina, etc.
<i>AMÉRICA LATINA</i>	Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Panamá, Brasil, Argentina, Uruguay, Paraguay, Chile, Ecuador, Bolivia, Perú, etc.
<i>ASIA</i>	India, Filipinas, Pakistán, Corea del Sur
<i>ÁFRICA</i>	Argelia, Sudáfrica y Nigeria
<i>ORIENTE</i>	Jordania y Egipto

Fuente: David Hidalgo (2007).

Elaborado por: Carla Orma.

Samuel Huntington (1996) además de las etapas democratizadoras, evidenció otros factores que impulsaron con fuerza la democratización de los países: Estados Unidos se convirtió en el actor principal del sistema internacional por su poder adquirido después de la II Guerra Mundial; la aceptación de los valores democráticos⁵; el éxito de las economías de los países democráticos; y, el cambio del rol de la Iglesia católica en el gobierno y su posición contraria al autoritarismo⁶. Es por eso que Estados Unidos es el principal precursor de la democracia en el Siglo XX, ya que ha promovido la instauración del sistema político debido a su voluntad, capacidad y lo atractivo que resulta para otros países los valores fundamentales para la convivencia de un grupo social: libertad e igualdad (Naciones Unidas, 2010).

⁵ “La democracia es un valor universal basado en la libertad libremente expresada del pueblo para determinar sus sistemas políticos, económicos, sociales, y culturales, y su plena participación en todos los aspectos de su vida” (Naciones Unidas, 2010).

⁶ Existe una correlación directa entre la democratización y el cristianismo; tanto la iglesia católica como la protestante estaban a favor de la democracia (Huntington, 1996).

La Constitución de los Estados Unidos de América (1787) afirma en su primer enunciado:

“NOSOTROS, el Pueblo de los Estados Unidos, a fin de formar una Unión más perfecta, establecer Justicia, afirmar la tranquilidad interior, proveer la Defensa común, promover el bienestar general y asegurar para nosotros mismos y para nuestros descendientes los beneficios de la Libertad, estatuímos y sancionamos esta CONSTITUCIÓN para los Estados Unidos de América” (National Archives, 1787, pág. 1).

Aunque la democracia no es sinónimo de libertad, se fundamenta en ideas y principios de liberación a través de procedimientos y prácticas que institucionalizan este ideal (US Embassy, sf). Por tanto, la democracia permite ejercer la libertad no solo política, sino también económica y social como parte de la libertad humana, además de los derechos civiles y políticos que son fundamentales para la estructura de cualquier sociedad (Sen, 1999).

Según Larry Diamond (2003) la acción y presión internacional para la democratización de los países son lideradas por los Estados Unidos, históricamente con el presidente Jimmy Carter y una política exterior que priorizó los DDHH⁷ y, posteriormente, la participación de Ronald Reagan con la política de promoción de la democracia a través de la creación de la *National Endowment for Democracy*, institución encargada de promover y apoyar los movimientos democráticos de organizaciones civiles, grupos de interés, partidos políticos, entre otros (National Endowment for Democracy, 2017).

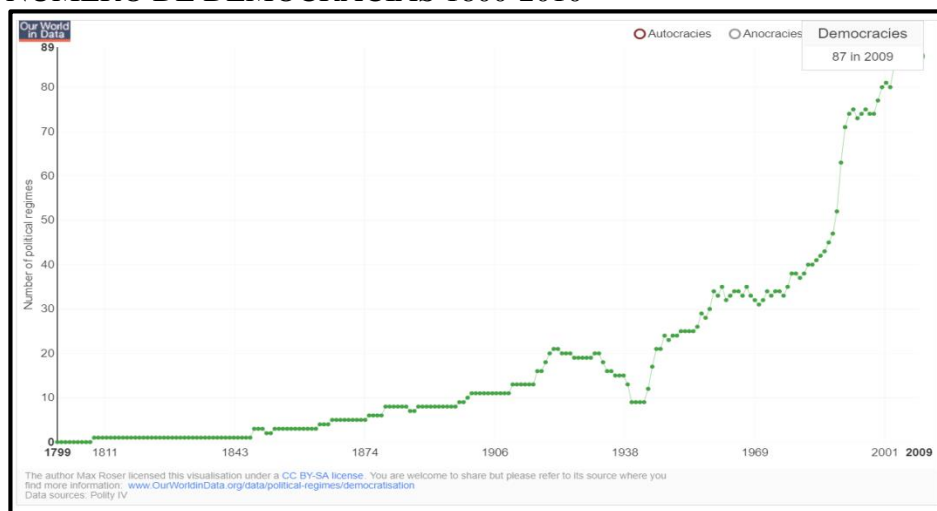
Por consiguiente, a finales del Siglo XX, la democracia se instauró como modelo global de gobierno predominante y verdaderamente legítimo (Diamond, 2003). Hasta el 2010, se han registrado 89 países democráticos (Roser, 2017). Como afirma Max Roser (2017), las democracias identificadas cuentan con participación civil, política, control del poder ejecutivo y garantía de las libertades civiles (ver Gráfico 1). La democracia de los países modernos es compleja porque se compone de tres factores: 1. Principio de legitimidad⁸, 2. Sistema político

⁷ Derechos Humanos

⁸ Se refiere al consentimiento verificado de los ciudadanos porque la democracia es del pueblo.

diseñado para la resolución de problemáticas causadas por el ejercicio de poder, y
3. Es un ideal⁹ (Sartori, 1991).

GRÁFICO 1
NÚMERO DE DEMOCRACIAS 1800-2010



Fuente: Our World in Data (2017)

Elaborado por: Max Roser.

De modo que el surgimiento del concepto de democracia y su posterior adaptación al contexto social con Tocqueville en su libro *Democracia en América* de 1831¹⁰ (Sartori, 1991), representan las bases sobre las cuales cambia la historia política tanto de Estados Unidos como de otras naciones al legitimar esta forma de gobierno como correcta a través de la creación de instituciones y organismos que la promueven (Sen, 1999).

1.1.2. Institucionalización de la democracia desde Estados Unidos hacia el mundo: paz, seguridad y valores democráticos

La instauración de la democracia en el mundo se llevó a cabo debido a la influencia de países con poder político, económico y social. En este caso particular, el sistema de gobierno adquirido por Estados Unidos se expandió como resultado de la construcción social conquistada respecto de las garantías sociales y económicas que cumple un Estado al aplicar un modelo de gobierno en el que

⁹ Se refiere a la creación de una democracia porque una nación no nace democrática, sino se convierte en función de alcanzar la libertad e igualdad.

¹⁰ Tocqueville visitó Estados Unidos en 1831 y a pesar de que aún tenían un sistema político de República, la sociedad estadounidense se caracterizaba por un espíritu de igualdad. Por tanto, la concepción de democracia explicada en su libro se fundamentó en el derecho a la igualdad de condiciones (Sartori, 1991).

prevalece la libertad, la igualdad, los derechos civiles y derechos políticos (Sen, 1999).

En términos de Brigham (1988), la democracia es el pilar de los derechos. Aunque las estrategias de expansión democrática no siempre fueron pacíficas, su propósito consiste en salvaguardar un régimen político que garantice el valor del ser humano y la seguridad de la nación. En consecuencia, la institucionalización de la democracia se constituye en el régimen político de gobierno de un Estado en el que converge la igualdad y la libertad de los hombres (Cuello, 2007). Y esto se traduce en el uso de agentes para la imposición de reglas y normas que orienta a la aceptación y práctica de valores e ideologías (Onuf, 2014).

La mayoría de las organizaciones se fundaron después de la II Guerra Mundial, por lo que explica la representatividad y liderazgo desde Estados Unidos, el cual adquiere un rol de poder desde la creación de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) tanto en la Asamblea General como el Consejo de Seguridad, frente a Europa a través de creación de la Organización del Tratado Atlántico Norte (OTAN) y su intervención en América Latina con la Organización de los Estados Americanos (OEA) (Veraza, 2004). Estas organizaciones cumplen el rol de precautelar los distintos valores y derechos de la democracia. Como lo explica Calduch (1991), las OIG¹¹ son agentes del Sistema Internacional que responden a los intereses de los Estados.

De esta manera, la institucionalización de la democracia recae directamente en el rol del Estado y esto se extrapola al poder internacional a través de la unión de los mismos para la creación de organismos intergubernamentales con fines políticos, económicos, sociales y militares, cuyo pilar es la democracia, y en función de eso, se justifica tanto la representatividad y participación en el sistema internacional (Calduch, 1991). En la presente disertación, se enfatiza la expansión de la democracia a través de la fundación de organismos que priorizan los DDHH y la seguridad colectiva creados en el siglo XX.

¹¹ Organizaciones Internacionales Gubernamentales

En 1919, con la firma del Tratado de Versalles, se realiza el primer intento de formar una organización global en pro de la paz y seguridad después de la I Guerra Mundial, idea que surgió a partir del expresidente estadounidense Woodrow Wilson. Sin embargo, este primer intento de unir a las naciones no fue exitoso ya que no pudo evitar la II Guerra Mundial¹² (Jorge, 2016). No obstante, después del fracaso de la Sociedad de Naciones, el 24 de octubre de 1945 con la firma de la Carta de San Francisco, se crea oficialmente la Organización de las Naciones Unidas con 50 países miembros (Naciones Unidas, 2010), representados en la Asamblea General y Consejo de Seguridad¹³. En el presente (2017), está conformado por 193 países; su objetivo principal es mantener la paz y la seguridad internacional fomentando la cooperación entre las naciones y es la principal organización dedicada a proteger los derechos humanos (Naciones Unidas, 1945).

Asimismo, la Alianza Atlántica u Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN o NATO por sus siglas en inglés) se fundó en 1949 como una alianza a favor de la paz y la seguridad ante la amenaza de la Unión Soviética durante la Guerra Fría (Pérez, 2013). Su propósito es garantizar la libertad y seguridad de sus miembros a través de la intervención política y militar (OTAN, 1949). La organización promueve valores democráticos y permite a sus miembros¹⁴ consultar y cooperar en temas sobre defensa y seguridad para resolver y prevenir conflictos, ya que su compromiso principal es la resolución pacífica de problemas, aunque, si los medios pacíficos no son suficientes, tiene el poder militar para emprender operaciones según el artículo 4 del tratado, mismo que está alineado al mandato de la ONU (OTAN, 1949). De acuerdo con Pérez (2013), Estados Unidos ha sido el principal precursor de intervenciones militares en nombre de la democracia, la paz y la seguridad desde 1949, además de que su gasto militar supera el de otros miembros de la OTAN (ver Tabla 1).

¹² La falta de capacidad de la Sociedad de Naciones para evitar la II Guerra Mundial fue debido a otros factores como la negativa del senado de Estados Unidos de participar como miembro de la sociedad de naciones; a la exclusión de los países derrotados de I Guerra Mundial (Alemania y Turquía), y de la Unión Soviética por su política comunista; además de los continuos conflictos bélicos de los diversos países miembros y la falta de legitimidad sobre su poder respecto de su propósito en cuanto a la declaración de la paz (Jorge, 2016).

¹³ Conformado por 15 naciones y 5 miembros permanentes: Estados Unidos, Rusia, Francia, Inglaterra y China (Naciones Unidas, 1945).

¹⁴ OTAN tiene alianzas con países de Europa y América del Norte. Actualmente son 29 miembros: Estados Unidos, Reino Unido, Turquía, España, Eslovenia, Eslovaquia, Rumania, Portugal, Polonia, Portugal, Holanda, Noruega, Montenegro, Luxemburgo, Lituania, Italia, Islandia, Letonia, Hungría, Grecia, Alemania, Francia, Estonia, Dinamarca, República Checa, Croacia, Canadá, Bulgaria, Bélgica y Albania (OTAN, 1949).

TABLA 1
GASTO EN DEFENSA DE EE.UU DESDE SU PARTICIPACIÓN EN LA OTAN

Año / Conflicto	Aporte de EEUU en USD a la OTAN	Porcentaje de aportación estadounidense a la OTAN
1953: Guerra de Corea	586 mil millones	79%
1968: Guerra de Vietnam	602 mil millones	77%
1981 -1989: Guerra Fría	572 mil millones	60.7%
2001: Guerra contra el terrorismo	447 mil millones	65%
2009: Guerra de Irak	812 mil millones	71.5%

Fuente: Instituto Español de Estudios Estratégicos (2013)

Elaborado por: Carla Orma.

Por otro lado, la Organización de Estados Americanos (OEA) se fundó en 1948 con el objetivo de alcanzar entre los estados miembros "...un orden de paz y de justicia, fomentar su solidaridad, robustecer su colaboración y defender su soberanía, su integridad territorial y su independencia" (Organización de Estados Americanos, 1948, pág. 2). Los pilares sobre los cuales el accionar de la OEA generan impacto son: la democracia, los derechos humanos, la seguridad y el desarrollo (Organización de los Estados Americanos, 2017).

Por lo tanto, el común denominador de las organizaciones descritas anteriormente es el liderazgo de la hegemonía estadounidense como patrocinador del Estado de Derecho, los DDHH y la seguridad internacional; de esta manera ha logrado fortalecer no solo su poder en el sistema internacional, sino la interdependencia entre los países del mundo y Estados Unidos (Wallerstein, 2005). Por ende, la creación de estas organizaciones demuestra la estandarización de patrones de comportamiento a nivel político y social (Cuello, 2007). La institucionalización de la democracia consolida aún más la hegemonía de Estados Unidos y genera canales de política exterior propios de su país para mantener el orden mundial.

1.1.3. Política Exterior estadounidense justificada en la democratización para la paz mundial y seguridad internacional durante el Siglo XX

Una de las funciones principales de Estados Unidos es el manejo de sus relaciones con las otras naciones soberanas del mundo, por tanto, la política exterior estadounidense es tan importante como el alcance de su hegemonía en el sistema internacional (Mead, 2002). La política exterior es el medio para alcanzar el fin en términos realistas. En ese sentido, los intereses nacionales de Estados Unidos en cuanto a la expansión de la democracia, el capitalismo y mantener un orden mundial, a través de la paz y seguridad internacional, se han logrado debido a las estrategias en aspectos políticos, económicos, sociales, ideológicos y militares (Constitutional Rights Foundation, 2017).

Durante el Siglo XIX, después de las guerras napoleónicas y en contra de cualquier intento de colonialismo desde Europa, la doctrina Monroe “América para los Americanos” permitió la protección y desarrollo del país, por lo que en el Siglo XX su protagonismo se evidenció en su capacidad de participación y defensa tanto en la guerra contra España por el territorio cubano como en la anexión de Hawái (US Embassy, sf). En 1904 el entonces presidente de Estados Unidos, Theodore Roosevelt, se dirigió al congreso y anunció que la adherencia a la Doctrina Monroe podría forzar a que el país actúe como un poder policial internacional, lo que produjo una nueva era en sus relaciones internacionales, misma que se enfocaría en el uso de su poder para traer las relaciones económicas del hemisferio bajo su tutelaje y, también, la fuerza militar para poner las relaciones internacionales en orden (Wittkopf, Jones, & Kegley, 2008).

Durante la I Guerra Mundial, la participación de Estados Unidos no fue protagónica, lo que le permitió acumular riqueza y poder durante la década de los 20, y, aún después de la gran depresión de los 30, el crecimiento industrial y expansión militar se evidenció en la II Guerra Mundial (Veraza, 2004). Después de 1945, Estados Unidos era uno de los países con más poder económico, su política exterior cambió al intervenir en Europa por medio de la consolidación de aliados de la OTAN, la OEA en América Latina, y en el mundo con la creación y liderazgo de las Naciones Unidas. De esta forma, contrarrestó cualquier intento de

influencia soviética en la Guerra Fría en favor de la paz, la seguridad y la defensa (US Embassy, sf). Así, la política exterior de Estados Unidos se concentró en evitar la expansión del comunismo tanto en América Latina como en Asia, África y Europa (2004).

En efecto, la participación en la II Guerra Mundial dio un rol a los Estados Unidos en el que resuelve las contradicciones y ayuda a esclarecer y definir los valores del mundo. A partir de este momento, los políticos estadounidenses sienten que tienen la tarea de darle forma al mundo de acuerdo a las preferencias estadounidenses, aspecto fortalecido por la doctrina Truman, propuesta en 1947 por el expresidente Harry Truman, que configuró el tono de la política exterior postguerra. En su doctrina propuso que la gente del mundo busque a Estados Unidos para mantener sus libertades; en caso de que la hegemonía falle en su liderazgo al no mantener el orden, pondría en peligro la paz y seguridad colectiva (Wittkopf, Jones, & Kegley, 2008).

La doctrina Truman fue reasegurada por el expresidente John F. Kennedy en 1962, cuando dijo: *“Our nation is commissioned by history to be either an observer of freedom’s failure or the cause of its success”*; y por el expresidente Ronald Reagan casi dos décadas después, proclamando: *“We in this country, in this generation, are, by destiny rather than choice, the watchmen on the walls of world freedom”*. El Secretario de Estado, Dean Rusk, en 1967 proclamó que otros Estados tienen intereses, Estados Unidos tienen responsabilidades (Wittkopf, Jones, & Kegley, 2008, pág. 40).

Siendo consecuentes con el sentimiento de responsabilidad global, Estados Unidos buscó participar activamente en cada iniciativa global significativa durante la Guerra Fría. Es importante mencionar que el accionar de Estados Unidos después de la II Guerra Mundial se basó en tres principios que surgieron en las mentes de los políticos estadounidenses: 1. Rechazo al aislacionismo y adopción de una responsabilidad activa en la dirección de las relaciones internacionales globales, 2. El comunismo representaba una ideología peligrosa, por lo tanto los Estados Unidos debían combatir su propagación, 3. Ya que la Unión Soviética era la cabeza del comunismo en el mundo, las políticas exteriores estadounidenses

debían refrenar el expansionismo soviético y su influencia (Wittkopf, Jones, & Kegley, 2008).

Así, la constante alerta de contención entre Estados Unidos y la Unión Soviética entre 1945 y 1989 promovió el desarrollo nuclear de ambas potencias y conllevó a la intervención de la milicia estadounidense en la guerra de Corea (1950) y Vietnam (1966-1975); la disputa entre ambas potencias durante la Guerra Fría se caracterizó por tres aspectos: poder económico, militar e ideológico (Veraza, 2004). La fuerza militar estadounidense es la base primordial para la seguridad y el dominio internacional. Estados Unidos es el país de armas nucleares y fuerza armada de alcance global (Nye, 2003). Según cifras del Banco Mundial (2015), el personal de la milicia desde 1985 al 2015, en promedio, es de 1'347.300 de estadounidenses. Esto comprueba que, en efecto, encabezan la lista de los países que más invierte en milicia en comparación a China y Arabia Saudita con el 4% del PIB (Banco Mundial, 2016).

El término de la Guerra Fría con la caída del muro de Berlín en 1989 y la disolución de la Unión Soviética (URSS) en 1991 representaron el inicio de una nueva era en la política exterior de Estados Unidos, ya que el reconocimiento internacional como país hegemónico consolidó su comportamiento orientado a la práctica de la democracia, el uso de poder para defensa y la seguridad colectiva, además de la proliferación de Tratados de Libre Comercio (TLC) (Usembassy, sf). La represión total de cualquier movimiento sindicalista, socialista y comunista evidenció la excepcionalidad estadounidense en el campo político local e internacional (Lipset, 2000).

La presente disertación se limita a los sucesos de la política exterior estadounidense en el Siglo XX. No obstante, es importante mencionar que después de la caída del muro de Berlín e inicios del Siglo XXI, la política exterior de Estados Unidos ha sido orientada a diferentes funciones y resolución de distintas problemáticas del sistema internacional: establecimiento y conservación de relaciones diplomáticas con otros países y en los organismos internacionales; alianzas estratégicas para mantener la paz y la seguridad a nivel regional e internacional a través de la firma de tratados (entre ellos los TLCs) y el control de

armas; cooperación internacional para el desarrollo y asistencia humanitaria en conflictos internacionales (Wittkopf, Jones, & Kegley, 2008).

En ese sentido, a diferencia del siglo actual, la política exterior estadounidense del Siglo XX se construyó en base al involucramiento de Estados Unidos como líder de varios procesos para organizar el sistema internacional. El poder económico y político adquirido permitió que sea el rector de las normas y estándares políticos, salvaguardando la democracia con el fin de garantizar la paz y seguridad internacional (Constitutional Rights Foundation, 2017).

1.2. Expansión del sistema económico de Estados Unidos

Desde los inicios del Siglo XX, Estados Unidos jugó un papel protagónico en los eventos mundiales, a través de intervenciones políticas, económicas y militares. La devastación del continente europeo como consecuencia de la II Guerra Mundial brindó la oportunidad a Estados Unidos de ser potencia económica (Veraza, 2004). El alto crecimiento de la producción que surgió a partir del evento bélico modificó las condiciones de vida dentro de Estados Unidos y dio forma al panorama comercial internacional. Es durante el período entre guerras en el que el poder económico de Estados Unidos empieza a ser visible a nivel global, y por primera vez la frase “Estados Unidos estornuda y el mundo se resfría” se vuelve realidad con la Gran Depresión (Justo, 2013).

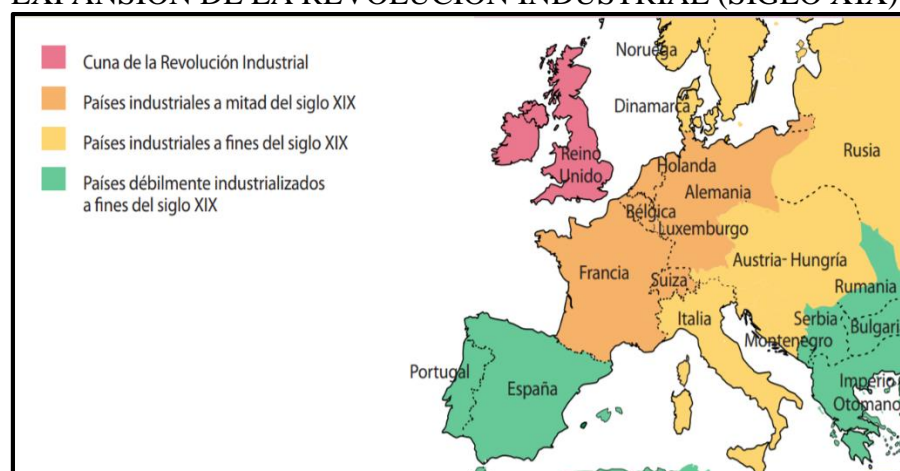
La intervención de Estados Unidos en la II Guerra Mundial después del ataque a Pearl Harbor (7 de diciembre de 1941) y su posición como ganador de la misma le permitió al país ejercer poder para promover un sistema político y económico enfocado en la economía de mercado (Veraza, 2004). Por esta razón, en este subcapítulo se explica la implementación del capitalismo como modelo económico estadounidense; la creación de organismos internacionales financieros que favorecieron el crecimiento económico de Estados Unidos; y, la manera en la que la economía estadounidense evolucionó durante el Siglo XX.

1.2.1. Implementación del capitalismo como modelo económico estadounidense

El capitalismo es un sistema económico o modo de producción que ha organizado la actividad económica de la sociedad en función de las leyes del mercado (oferta y demanda) y el interés de los individuos a través de sus necesidades y el uso de los recursos: tierra, capital, trabajo, etc. (More, 2014). El modelo económico capitalista fusionó la gran industria y una nueva forma de la división internacional del trabajo (Martins, 2016). Este modo de producción se originó a finales del Siglo XVIII e inicios del Siglo XIX con la revolución industrial en Gran Bretaña entre los años 1764 y 1830, transformando la economía agrícola y comercial en una economía industrializada con avances en los medios de transporte y comunicación (Faulkner, 1956).

Con la expansión de la revolución industrial (ver Gráfico 2) se evidencia una correlación directa entre la evolución de la industria y el desarrollo de un sistema económico planteado por Adam Smith en 1776, cuyos principios estructuraron procesos económicos y políticos caracterizados por: la libertad de mercado, poca intervención estatal, rentabilidad, libre competencia, respeto por la propiedad privada, y la creación de monopolios y oligopolios (Smith, 1776).

GRÁFICO 2
EXPANSIÓN DE LA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL (SIGLO XIX)



Fuente: (Fundación Ceibal, sf)
Elaborado por: Fundación Ceibal.

Sin omitir que todo sistema económico es parte de un desarrollo cíclico de alto y bajo crecimiento, se utiliza el PIB *per cápita* de los países como criterio

para evaluar y entender el triunfo del capitalismo como modelo de desarrollo de potencias mundiales: Estados Unidos, Francia, Inglaterra y Alemania (Martins, 2016). De acuerdo a los niveles de industrialización *per cápita* entre 1890 y 1938 con relación a Gran Bretaña se observa que la industria estadounidense superó a los demás países (ver Tabla 2).

TABLA 2
NIVELES DE INDUSTRIALIZACIÓN *PER CÁPITA* 1890-1938

<i>País</i>	1890	1900*	1913	1928	1938
<i>Reino Unido</i>	86	100	115	122	157
<i>Estados Unidos</i>	38	69	126	182	167
<i>Francia</i>	28	39	59	82	73
<i>Alemania</i>	25	52	85	128	144
<i>Italia</i>	12	17	26	44	61
<i>Austria-Hungría</i>	15	23	32	-	-
<i>Rusia</i>	10	15	20	20	38
<i>Japón</i>	9	12	20	30	51

*Relativos a Gran Bretaña en 1900=100.

Fuente: (Historia Siglo XX, sf).

Elaborado por: Carla Orma.

Según la historia estadounidense, su economía fue agrícola hasta 1875¹⁵; a finales del Siglo XIX e inicios del Siglo XX, la revolución industrial promovió la producción en masa (sectores primarios y no primarios), que permitió la reducción de costos, aumentó el trabajo, y por ende los sueldos, hecho que incrementó la clase media. Además se identificó un crecimiento de la población que aumentó el consumo¹⁶, lo cual desarrolló exponencialmente su economía y para la I Guerra Mundial, la agricultura ocupaba un mínimo porcentaje en el PIB de Estados Unidos (US Embassy, sf).

Después de la I Guerra Mundial, la economía europea menguó debido a la reducción del 33% en su producción industrial (Cabrera, 2013). Esto representó una oportunidad para que Estados Unidos se posicionara como una hegemonía económica, al ser la única potencia capaz de proveer de alimentos y otros bienes para Europa, siendo el mercado idóneo al cual exportaron todos sus productos; aspecto cimentado también con el Plan Marshall después de la II Guerra Mundial

¹⁵ Para ese entonces 9 de cada 10 estadounidenses vivían en una granja, sin embargo, 100 años después 1 de cada 2 personas trabajaban en el sector agrícola y actualmente 2 de 100 se dedica a la producción agrícola para alimentar a nivel local y exportar sus productos (US Embassy, sf).

¹⁶ Para 1960 la población estadounidense era de 180.671.000 (Banco Mundial, 2018).

(Veraza, 2004). De esta manera, Estados Unidos acogió el capitalismo como un modelo económico de desarrollo que se convirtió en el sistema bajo el cual el consumo es la base del crecimiento económico (US Embassy, sf).

Después de la II Guerra Mundial, se consolidan los factores para el alcance del poder económico mundial (Veraza, 2004). Como afirma Harold Underwood Faulkner (1956), en términos de poder, las causas de la hegemonía estadounidense son varias, no obstante, una de las principales es la económica. Desde 1945 hasta 1973 se desarrolló la denominada “Época de Oro” del capitalismo debido al auge de la industria armamentística tanto en Estados Unidos como en la Unión Soviética, lo cual permitió un crecimiento continuo del 4% del PIB *per cápita* (Mendiola, 2010). Además, desde la creación de la ONU, el 85% de los países que son miembros de esta organización han adoptado la democracia y el capitalismo como modelo político y económico (Fondo Monetario Internacional, 2002).

En resumen, Estados Unidos es una de las economías más fuertes e influyentes del mundo debido a los distintos recursos y capitales que conforman el sistema económico en su totalidad (Departamento de Estado de Estados Unidos, 2007). El país que logró la producción en masas, alcanzó el control político e implementó un sistema económico, en el cual convirtió al individuo en sujeto del capital social (Veraza, 2004). De esta manera, cada sistema económico que organiza a la sociedad acoge principios, instituciones y reglas para regular la actividad económica e individual (More, 2014).

1.2.2. Estandarización de políticas económicas a través de los Organismos Internacionales de Bretton Woods

El sistema económico es el régimen compuesto por distintas instituciones globales que rigen políticas orientadas en función del modelo económico de las hegemonías, en particular, la de Estados Unidos (More, 2014). Las creaciones de diferentes instituciones aportaron no solo a la democratización sino también a la liberación económica y el establecimiento del capitalismo, ya que los países que solicitan apoyo económico deben cumplir con una serie de requisitos para ser

acreedores de la ayuda económica y/o monetaria para su desarrollo (Huntington, 1996).

En un inicio, Estados Unidos sostuvo una política proteccionista que favoreció al desarrollo de su industria y posteriormente con el Plan Marshall liberó su mercado y así expandió su economía (Usembassy, sf). Después de que el mundo sufrió una de las crisis más profundas en la historia de la economía cuando los países buscaban vender todo barato, pero el valor de sus monedas estaba por debajo del valor oro y la inflación aumentó, se creó el Plan White¹⁷ que propuso la organización internacional de la moneda y así se instauró al dólar como moneda líder (Departamento de Estado de Estados Unidos, 2007). Posterior al posicionamiento de la moneda estadounidense con mayor valor a nivel mundial surge la instauración del Sistema *Bretton Woods* (julio de 1944) como una manera de organización que estableció las normas internacionales económicas, comerciales y financieras de los países industrializados (Zhan, 2014).

El Sistema de *Bretton Woods* como tal creó el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial (BM), y consecuentemente nace el GATT como antecesor de la Organización Mundial del Comercio (OMC). El principal objetivo de este nuevo sistema fue el soporte al comercio internacional a través de un régimen monetario que estableciera el tipo de cambio con el dólar como patrón (Bordo, 1993)¹⁸. Y así se buscó promover la fortaleza de la economía y finanzas de los países miembros, mantener la paz mundial evitando las fallas ocurridas durante el período entre guerras (Veraza, 2004).

Si bien es cierto que los objetivos eran claros para los arquitectos del *Bretton Woods*, tanto de Estados Unidos como de Gran Bretaña, existieron diferencias claves en las posiciones de poder e importancia económica de los dos aliados, mismo que llevó a tener diferentes preocupaciones de orden nacional (Bordo, 1993). En efecto, Roosevelt promovió la eliminación de las políticas

¹⁷ En honor al economista estadounidense Harry Dexter White, autor del orden monetario internacional (US Embassy, sf).

¹⁸ Se buscó evitar los defectos de la fluctuabilidad de los tipos de cambio, desestabilizando la especulación y devaluaciones exageradas y minimizar los defectos de las tasas fijas con el patrón oro subordinando las políticas monetarias domésticas a los dictámenes de los balances externos y la sujeción de la economía a los ciclos comerciales internacionales (Bordo, 1993).

discriminadoras de preferencias comerciales y controles de intercambios de la Mancomunidad Británica de Naciones¹⁹. Durante la planificación de *Bretton Woods*, para Estados Unidos fue clave promover la restauración de los sistemas de pago multilaterales basados en la convertibilidad de las divisas (Reyes, 2010). Por otra parte, las preocupaciones de Gran Bretaña eran que Estados Unidos no pudiera repetir las políticas deflacionarias establecidas previo a la Gran Depresión porque buscaba libertad en la implementación de políticas domésticas sin tener que preocuparse por la balanza de pagos, preservar la Mancomunidad Británica de Naciones y la asistencia en la reconstrucción post-guerra (Bordo, 1993).

No obstante, Gran Bretaña aceptó el sistema multilateral de pagos con la convertibilidad de la libra esterlina, a cambio del compromiso de Estados Unidos de mantener el pleno empleo, preservar la Mancomunidad, términos generosos de préstamos y asistencia de Estados Unidos a Gran Bretaña para recuperación post-guerra (Bordo, 1993). Los principales negociadores fueron John Maynard Keynes y Harry Dexter White, quienes realizaron los primeros borradores para los planes del orden monetario internacional tras la II Guerra Mundial (Reyes, 2010). Como resultado de una serie de extensivas revisiones, compromisos y negociaciones, esos borradores condujeron a la creación del *Joint Statement by Experts on the Establishment of an International Monetary Fund*, mismo que fue la base para la creación del FMI (Nemiña, 2010, págs. 8-10). El éxito de las negociaciones para el Bretton Woods se debió a las siguientes condiciones especiales:

- Se llegó a acuerdos que satisfacían los intereses nacionales de ambos países.
- Dado que Estados Unidos fue la mayor potencia económica, dominaron los términos de los acuerdos negociados.
- Prevaleció un sentimiento idealista de ambos países, ya que al ser los vencedores en la guerra para salvar la democracia, tenían la obligación de crear un orden monetario internacional post-guerra que ayude a asegurar la paz mundial.
- Los negociadores en ambos bandos fueron expertos que compartían percepciones similares de los problemas en el período entre guerras, y

¹⁹ Tratado entre Gran Bretaña y los países que fueron colonia británica (US Embassy, sf).

compartían los mismos ideales en términos de la importancia de empleo pleno, sistemas multilaterales de pagos y alto respeto hacia John Maynard Keynes (Bordo, 1993, págs. 30-33).

Es importante tener en cuenta el estatus de Estados Unidos como potencia mundial al momento de la creación de *Bretton Woods*, y, a pesar de que Gran Bretaña actuó en la idealización del sistema, su fortaleza les permitió que dirigieran no solo las negociaciones, sino también los resultados de ellas (Nemiña, 2010). De la manera en la que se idearon los organismos del *Bretton Woods*, Estados Unidos fue siempre el centro con mercados de bienes y capitales poco controlados. Sin embargo, economías como Europa y Japón, que mermaron sus ingresos debido a la II Guerra Mundial, formaron parte de una periferia emergente, cuya estrategia de desarrollo se enfocó en la devaluación de sus monedas, control de los flujos de capital, acumulación de reservas mientras que el apoyo de Estados Unidos como intermediario financiero aumentó la credibilidad para sus sistemas financieros domésticos otorgando préstamos a la periferia a través de los organismos de *Bretton Woods* (Dooley, Folkerts-Landau, & Garber, 2003).

1.2.3. El peso de la economía estadounidense

El establecimiento de Estados Unidos como potencia mundial después de la II Guerra Mundial y el control relativo de las instituciones monetarias y financieras mundiales permitieron que la nación tuviera un crecimiento económico sostenido durante el resto del Siglo XX (Veraza, 2004). Se puede evidenciar el peso y la magnitud de la economía estadounidense gracias a indicadores macroeconómicos: la evolución del PIB, sus exportaciones, importaciones, tasas de empleo, inflación, esperanza de vida, entre otros. En el Anexo 1 se presenta una tabla cronológica de la evolución del PIB nominal y real de Estados Unidos por cada hito histórico anual desde en el periodo 1929-2000.

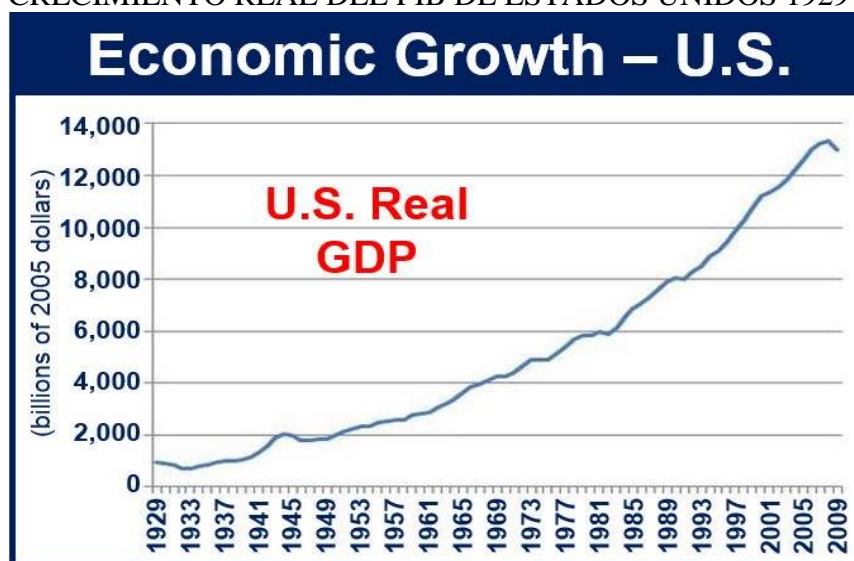
Según Max Roser (2017) en la página *Our World in Data* ejemplifica con gráficos el crecimiento continuo del PIB estadounidense desde 1940 hasta el 2009; asimismo, los datos del Banco Mundial demuestran la afirmación anterior con cifras desde 1960 con un PIB de \$543.3 mil millones de dólares, mismo que

aumentó a \$17,95 mil millones de dólares en el 2015 (Banco Mundial, 2016). Además, se identifica el tamaño real de las economías del mundo y Estados Unidos es el primero en la lista de los seis países con el PIB más alto, seguido por Japón, Alemania, Francia, Reino Unido e Italia, que sumados representan el 32,9% del PIB mundial (Banco Mundial, 2016).

El Gráfico 3 corresponde a la evolución del PIB de Estados Unidos desde 1929 hasta el 2009. Durante el primer año de análisis en la tabla, su PIB puede parecer relativamente bajo; sin embargo, dada la importancia en la economía global que adquirió durante la I Guerra Mundial y ya que las economías europeas estaban devastadas, cuando la Gran Depresión afectó a Estados Unidos las repercusiones fueron globales (Market Business News, 2018).

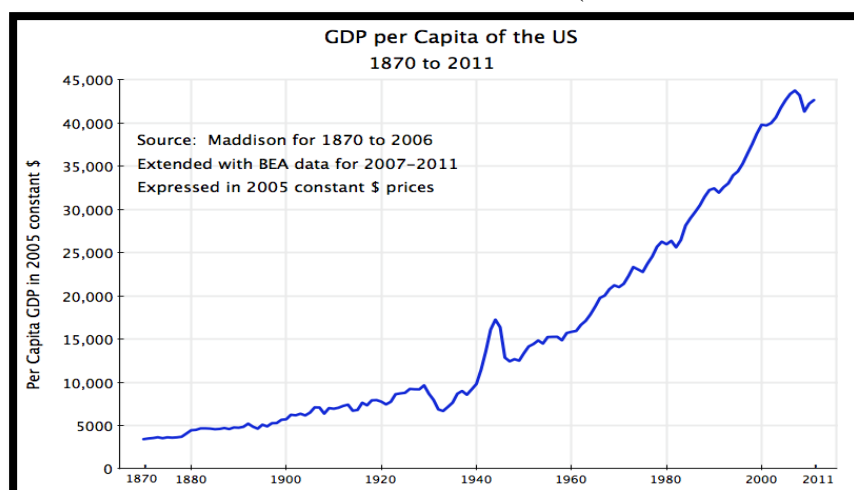
En el Gráfico 3 también se puede observar como el PIB de Estados Unidos creció constantemente, con caídas pequeñas que no han afectado la dirección de la pendiente. A partir de la década de los 50, se puede apreciar que la tasa de crecimiento fue mucho mayor a los años que antecedieron; y, se puede vincular este crecimiento a la incidencia que tuvo Estados Unidos en el manejo de las instituciones financieras y globales *Bretton Woods*. Los beneficios de un crecimiento sostenido en el PIB se pueden evidenciar en el PIB *per cápita* (ver Gráfico 4), en el que se observa el efecto en la economía de la población. Se aprecia también cómo la Gran Depresión afectó el PIB *per cápita*, aunque se puede visualizar la recuperación a partir de la II Guerra Mundial (Maddison, 2007).

GRÁFICO 3
CRECIMIENTO REAL DEL PIB DE ESTADOS UNIDOS 1929-2009



Fuente: (Fondo Monetario Internacional, 2013).
Elaborado por: Sven Wilson (2013).

GRAFICO 4
PIB *PER CÁPITA* DE ESTADOS UNIDOS (PERÍODO 1870-2011)

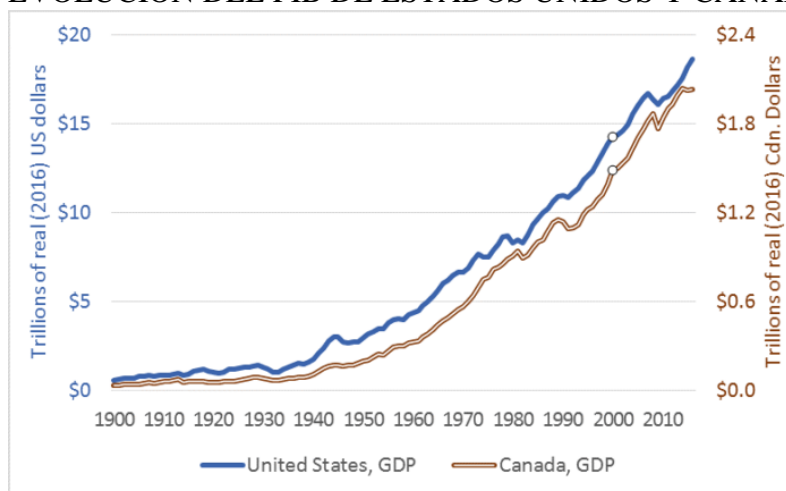


Fuente: (Universidad de Groningen, 2012)
Elaborado Por: Angus Maddison.

Dado que el poder económico estadounidense se traduce en consumo (tanto interno como externo), los principales socios comerciales de Estados Unidos han visto crecimientos similares (ver Gráfico 5), como es el caso de Canadá, cuya evolución es similar a la de sus vecinos del sur (Qualman, 2016). El principal socio comercial de Estados Unidos históricamente ha sido Canadá; sin embargo, los países latinoamericanos tienen a Estados Unidos como su principal socio comercial. Tras la creación de las instituciones monetarias y financieras (FMI, BM y OMC), el crecimiento del PIB estadounidense, el aumento en el

consumo y las nuevas facilidades comerciales permitieron que, para los países de Latinoamérica, Estados Unidos tenga un peso grande en sus respectivas economías. En el Gráfico 6 se puede ver que, durante la segunda mitad del Siglo XX, las exportaciones dirigidas a Estados Unidos aumentaron, lo que genera fortalecimiento en sus relaciones diplomáticas y económicas (Ugarteche & Negrete, 2012).

GRÁFICO 5
EVOLUCIÓN DEL PIB DE ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ



Fuente: (US Department of Commerce; Statistics Canada CANSIM, 2016)
Elaborado por: Darrin Qualman.

GRÁFICO 6
MONTO DE LAS EXPORTACIONES LATINOAMERICANAS HACIA ESTADOS UNIDOS



Fuente: (Ugarteche & Negrete, Crisis, 2012).
Elaborado por: Óscar Ugarteche y Armando Negrete.

De esta manera, Estados Unidos promovió un sistema económico enfocado en la producción en masa y el libre mercado, mismos que permitieron la

apertura para la comercialización de bienes y servicios, así como de capitales para la inversión extranjera (Veraza, 2004). El rol de Estados Unidos en el sistema internacional le permitió ser un agente importante en la configuración del régimen económico, enfocado a fortalecer las economías de los países y la paz mundial (Onuf, 2014). En ese sentido, Estados Unidos no solo ayudó a la idealización de un sistema económico internacional, sino también en la organización del mismo, permitiéndole aumentar su poder económico, político y cultural.

1.3. Reconocimiento y difusión de la cultura estadounidense durante el Siglo XX en el mundo

La base de la cultura estadounidense son los valores de libertad democracia descritos en la Declaración de Independencia de 1776 (Library of Congress, 2017). Las garantías que Estados Unidos predica con su modelo político, el crecimiento de su economía, a través del capitalismo, y las innovaciones tecnológicas del Siglo XX, provocó una difusión masiva de la cultura estadounidense alrededor del mundo (Nye, 2003). Además, la visión de Estados Unidos como salvador del mundo según el Destino Manifiesto generó un sentimiento de responsabilidad para crear un país fuerte y ayudar a los demás a alcanzar sus niveles de vida (Fuentevilla, 2008). La doctrina nacional y el estilo de vida estadounidense forjaron la identidad de ciudadanos y líderes políticos estadounidenses, misma que se fortaleció a nivel interno y externo con la difusión de sus ideales y cultura a través de su política exterior (UNESCO, 2000).

En este subcapítulo se estudian los orígenes, valores e identidad que forman parte de la cultura estadounidense, la manera en la que los estadounidenses se ven a sí mismos, la influencia que esta autoimagen tiene dentro del rol político de Estados Unidos en el sistema internacional y la forma en la cual los estilos de vida estadounidenses se han replicado en otras culturas.

1.3.1. Cultura estadounidense: valores e identidad de la sociedad

Terry Eagleton (2001) define a la cultura como la forma de vida que tiene una sociedad, misma que se construye por valores, ideologías, costumbres,

tradiciones, prácticas y creencias. La cultura está compuesta por símbolos que estructuran y justifican la existencia y el comportamiento de una sociedad frente a otra (Galtung, 1990). A su vez, las culturas se transforman en civilizaciones cuando los miembros de este grupo tienen los mismos intereses, prácticas, creencias y métodos de comunicación que los distingue de otros, su composición forma familias, comunidades y gobiernos (Benjamín, 1995).

Es importante entender que la cultura e identidad se constituyen con elementos tangibles y no tangibles. Por un lado, la bandera del país, el himno nacional, la estatua de la libertad, el idioma y los valores patrios son signos de la cultura nacional de la sociedad estadounidense. Por otro lado, el “*American Dream*”²⁰, el estilo de vida estadounidense, el consumismo y el éxito en torno al desarrollo económico de los individuos, son prácticas de la cultura estadounidense²¹, mismas que se han expandidos como lo “bueno”, lo “correcto” y lo “deseable”²² para todos (Cueva, 2008).

Para Hegel, la identidad nacional se compone por factores culturales y políticos (Valderrama, 1986). En ese sentido, la cultura e identidad de Estados Unidos se construye sobre la base de dos valores específicos: libertad y democracia. El primer valor escrito en la Declaración de Independencia es “la vida, la libertad y la búsqueda de la felicidad son derechos inalienables de los seres humanos” (Jefferson, 1776). El segundo valor, la democracia, fue identificado por Alexis de Tocqueville (1831), cuya descripción sobre la democracia consistió en que la sociedad estadounidense es gobernada por un espíritu de igualdad de condiciones (Sartori, 1991).

Al ser una sociedad construida desde sus valores, se entiende que la libertad²³ es de ser y escoger, porque la identidad de los estadounidenses no está

²⁰ Sueño estadounidense

²¹ Por su traducción de inglés a español, de preferencia se utiliza el término estadounidense.

²² Se coloca entre comillas porque son términos de desarrollo, en la actualidad, los expertos en desarrollo realizan una crítica directa a los eufemismos de la cultura estadounidense, no obstante, no compete profundizar en la disertación presente, pero es oportuna la aclaración para el lector.

²³ En la Constitución de Estados Unidos describe la libertad de la que goza el pueblo: “El Congreso no hará ley alguna con respecto a la adopción de una religión o prohibiendo la libertad de culto; o que coarte la libertad de expresión o de la prensa, o el derecho del pueblo para reunirse pacíficamente, y para solicitar al gobierno la reparación de agravios” (Constitución de Estados Unidos, sf).

determinada por sus historias ancestrales u orígenes, puesto que la cultura estadounidense, como tal, es un *melting-pot*²⁴ compuesta por la diversidad de poblaciones que llegaron a territorio estadounidense desde la colonia europea hasta las distintas olas migratorias (Cismas, sf). Por lo tanto, el ideal de ser libre para actuar y decidir define la voluntad social, política y económica que otorga la responsabilidad individual (Pachter, 2005).

Por esta razón, los estadounidenses se definen por tener un comportamiento individualista y consumista, características que responden a su modelo económico, mismo que celebra al hombre o la mujer que triunfa por su propio esfuerzo -el/la *self-made (wo)man*-; la ideología de los estadounidenses es el liberalismo, tienen una constitución con derechos civiles y políticos basada en los valores mencionados; libertad de credo, aunque prevalece la religión de occidente que consiste en el cristianismo independientemente de su diversidad; y, finalmente su idioma es el inglés²⁵ (Cueva, 2008).

Los valores, el idioma, los ideales, las costumbres, las prácticas y la cultura en general de Estados Unidos se expandieron debido al acceso a los productos culturales incluyentes y democráticos (películas taquilleras, lectura, comida rápida, televisión, entre otros), que buscan satisfacer los gustos de todos (Cismas, sf). Estados Unidos es una potencia política y económica, aunque no se puede subestimar que su hegemonía también es cultural. Como afirma Joseph Nye (2003) “(...) hoy en día la supremacía estadounidense afecta las áreas económica, monetaria y militar, al estilo de vida, al idioma y a los productos de cultura de masas que inundan el alma” (Nye, 2003, pág. 63).

El poder político, militar, económico, tecnológico y cultural ha consolidado la primacía estadounidense y un mundo unipolar controlado por esta nación debido al nivel de disparidad entre una hegemonía y el resto del mundo (Borda, 2013). El poder de la identidad estadounidense y los valores de la

²⁴ En estudios culturales, se entiende por punto de encuentro. Estados Unidos es un territorio que ha acogido a varias poblaciones a lo largo de su historia (Cueva, 2008).

²⁵ El inglés tiene 527'000.000 hablantes nativos; ocupan el segundo lugar del idioma más hablado con el 4,83% de la población mundial en 101 países y finalmente es el idioma extranjero más aprendido con 1.5 mil millones de estudiantes en el mundo (Washington Post, 2015).

democracia han logrado establecer una sociedad fuerte y consciente de quienes son porque los pueblos, las sociedades y sus culturas se forjan desde su lenguaje (Onuf, 2014). Por ende, el discurso del más fuerte, el protector de las naciones, el más rico y el más poderoso ha incurrido en la construcción de una sociedad que refleja su posicionamiento incluso en la toma de decisiones de orden internacional.

1.3.2. Cosmovisión de los ciudadanos estadounidenses respecto de su rol a nivel mundial

El carácter nacional es el espíritu de una sociedad, mismo que está conformado por las costumbres, el lenguaje, las tradiciones y las leyes (Valderrama, 1986, pág. 88). Estados Unidos es el único país que ha cimentado su carácter nacional distinto de otros países resumidos en dos elementos que engloban la cultura como tal: destino manifiesto y el “sueño americano” (Pavlovskaya & Kanash, 2013). De acuerdo con Denney (1954), ser estadounidense, no se limita a la identidad de una nación, ser ciudadano estadounidense representa tener un propósito de vida para el país y el mundo. Según los estudios realizados respecto a la manera en la que los estadounidenses se ven a sí mismos, concuerdan que todo se resume en el carácter nacional que hace que los ciudadanos se vean según piensan que son (Valderrama, 1986, pág. 88).

En consonancia con lo anterior, en términos excepcionalistas, los estadounidenses consideran que son diferentes a los otros ciudadanos del mundo por su historia y deber con el mundo; como sociedad, ratificaron la concepción de su hegemonía en la encuesta realizada por Gallup (2010), cuya pregunta fue: ¿Debido a la historia de los Estados Unidos y su Constitución, piensa usted que Estados Unidos tiene una característica única que lo convierte en el mejor país del mundo o no? El 80% de los encuestados respondió que sí²⁶. Según Antonio Gramsci (1978), la hegemonía no se limita al poder económico y/o militar de una nación sobre otra; su teoría sostiene que la moral y el conocimiento de la sociedad

²⁶ *Because of the United States history and its Constitution, do you think the U.S. has a unique character that makes it the greatest country in the world, or don't you think so?* (Gallup, 2010).

son componentes que afirman un concepto revolucionario, por tanto, los seres humanos actúan en función de su propia concepción del mundo.

En efecto, los estadounidenses evidencian su propia concepción y accionar a nivel social y político con el destino manifiesto que consiste en la doctrina nacional que determina el propósito que tiene Estados Unidos en el mundo: según la historia estadounidense este concepto instauró la convicción nacional de que Dios eligió a este país para ser una hegemonía política, economía y sobretodo una nación superior a través de la expansión de la democracia, la libertad y la civilización; así los gobernantes han justificado su intervención en el mundo desde 1840 (Fuentevilla, 2008). Sin embargo, se resalta que la identidad de los estadounidenses se fortaleció al finalizar la II Guerra Mundial, ya que al salir victoriosos del conflicto, los ciudadanos se sintieron “libertadores”, resultado del poder simbólico que representó el auto proclamarse como defensores de la democracia y la libertad (Veraza, 2004).

Antonio Gramsci (1978) relaciona también al aparato hegemónico con la dirección de un Estado, cuyo representante es libre de crear un nuevo campo ideológico y desde allí determinar una reforma de la conciencia; de esta manera, el “sueño americano” es un proyecto nacionalista que resume la conciencia social del ciudadano estadounidense promedio que de manera individual se esfuerza para alcanzar el éxito material a través de la acumulación del capital como resultado del trabajo arduo y la existencia de un ser supremo que justifica su excepcionalismo frente a otros países (López, 2007).

La identidad nacional, el uso del lenguaje y la manera en la que se concibió la sociedad *per se* contribuyeron, en efecto, en la construcción del ser estadounidense, y esto es vital para entender la voluntad y disposición que tienen los ciudadanos para participar en el cumplimiento y alcance de objetivos e intereses estatales (Wendt, 2005). De esta manera, tanto la cultura como la identidad estadounidense componen el carácter nacional de los ciudadanos que justifica de que está compuesto su imaginario y, por tanto, explica el argumento bajo el cual la intervención militar y no militar durante la Guerra Fría en los distintos continentes ha sido aprobada (ver Cuadro 2).

CUADRO 2
INTERVENCIÓN MILITAR Y NO MILITAR DE ESTADOS UNIDOS
DURANTE LA GUERRA FRÍA

Intervención No Militar	Intervención Militar
<ul style="list-style-type: none"> • Oficinas diplomáticas en 160 naciones. • Participa en más de 50 organismos internacionales y 800 conferencias internacionales. • Los servicios mediáticos de Estados Unidos transmiten el mensaje estadounidense en casi 50 idiomas alrededor del mundo. • El valor de las Exportaciones alcanzó los \$421.7 mil millones de dólares y las Importaciones alcanzaron \$487.1 mil millones. En contraste, en 1941, el volumen comercial de Estados Unidos (exportaciones e importaciones) fue de \$8.8 mil millones de dólares. • La ayuda económica de los Estados Unidos alcanzó a 90 países, desembolsando \$246.1 mil millones de dólares desde la Segunda Guerra Mundial. • Inversión estadounidense en el exterior alcanzó los \$361.5 mil millones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tratados bilaterales y multilaterales con 40 naciones. • 435.000 tropas estacionadas en 395 bases militares importantes y cientos de bases de menor importancia en 35 países en 1990. • 47.000 miembros de la marina estadounidense en barcos fuera de las aguas territoriales. • 12.000 ojivas nucleares y 260 bombarderos intercontinentales. • Presupuesto militar de 320.9 mil millones de dólares.

Fuente: (Wittkopf, Jones, & Kegley, 2008).

Elaborado por: (Wittkopf, Jones, & Kegley, 2008).

Entonces, se entiende que la construcción social de la política de poder de Estados Unidos se refleja desde las acciones de los ciudadanos, que son el resultado de la concepción de sí mismos y su rol en el mundo, esta ha generado una estructura social conformada por significados colectivos, propios del carácter nacional; así, la identidad es la base de los intereses debido a que los agentes actúan en función de ellos una vez que los conocen (Wendt, 2005, pág. 7). Por lo que, al ser una cultura atractiva para otras sociedades, su expansión consiste en la réplica de la misma en otros espacios geográficos, lo cual ha fortalecido el poder de Estados Unidos.

1.3.3. Estilo de vida de la sociedad estadounidense replicados en otras culturas

El estilo de vida estadounidense fue promovido por Estados Unidos desde finales del Siglo XIX, con la feria mundial de 1893 celebrada en la ciudad de Chicago. Esfuerzos ambiciosos fueron realizados para demostrar superioridad social, económica y cultural. La promoción de altas tecnologías vinculadas con el consumo masivo, acompañado de una ideología de desarrollo liberal, fue el tono de la Feria Mundial en la que se cimentó el ideal del “*American Dream*”. La ideología de desarrollo liberal promovida en 1893 contempló 5 principios:

- La idea de que otras naciones pueden y deberían replicar la experiencia de desarrollo estadounidense,
- Fe en la libre competencia,
- Apoyo al acceso libre y abierto para el comercio exterior e inversiones,
- Promoción del libre flujo de información y cultura; y,
- Una creciente aceptación de la actividad gubernamental para proteger la libre competencia y para estimular y regular la participación estadounidense en la economía internacional e intercambio cultural (Rosenberg, 1982, pág. 5).

Los organizadores de la Feria de 1893 tenían el propósito de promover el progreso, prosperidad, unidad, paz y felicidad en el mundo. Los promotores creyeron que los modelos estadounidenses servirían como guías de funcionamiento para el siglo entrante y los asistentes consideraban que Estados Unidos se encontraba en la vanguardia del progreso mundial. La creencia en la “misión” de Estados Unidos fue un factor decisivo para la política y economía internacional estadounidense del Siglo XX (Rosenberg, 1982, págs. 7-9).

La idea del “sueño americano” fue evolucionando a través de los años gracias a la imagen del estilo de vida promovido por *Hollywood* durante el Siglo XX (Nye, 2003). Las aspiraciones del “sueño americano” pueden ser clasificadas en dos: las aspiraciones extrínsecas e intrínsecas. El primer grupo corresponde al éxito financiero, reconocimiento social (fama) y apariencia atractiva; sin embargo, son atributos que requieren de terceros para considerar si son dignos de

reconocimiento y admiración (López, 2007). Por otro lado, las aspiraciones intrínsecas corresponden a las relaciones personales, sentimiento de comunidad, auto-aceptación y salud física, aspectos que contribuyen a la salud mental, y son objetivos que satisfacen al individuo y no depende de las evaluaciones de otros (Kasser & Ryan, 1994, págs. 280-281).

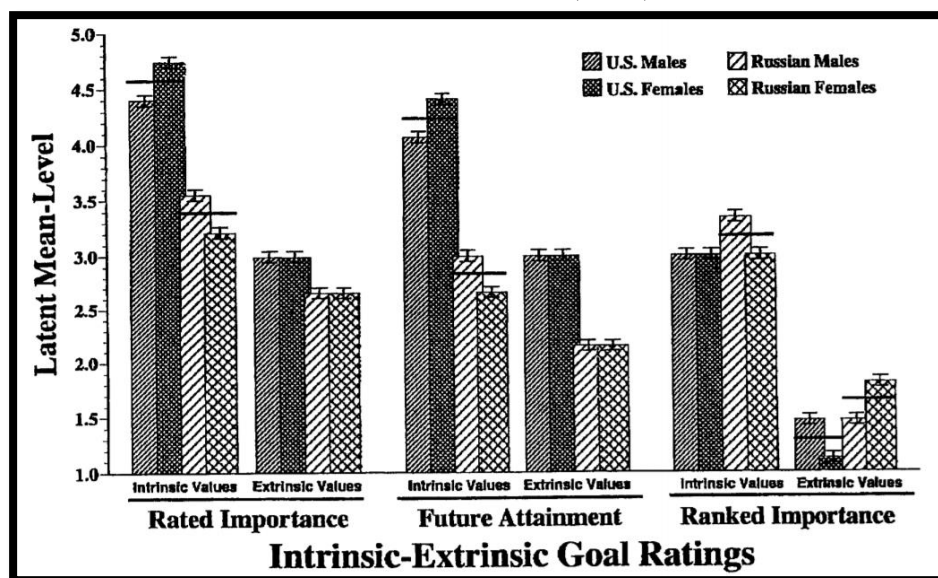
Históricamente, las aspiraciones y objetivos han variado de cultura en cultura, debido al aislamiento relativo que cada civilización tuvo a lo largo de milenios, generando así un amplio espectro de valores, formas de vida y estándares alrededor del mundo. Sin embargo, durante el Siglo XX, gracias a las economías basadas en los mercados globales y el desarrollo tecnológico se han disminuido las barreras y fronteras, mientras que las culturas mundiales se han centrado en el desarrollo económico (Kasser & Ryan, 1994). Las economías de mercado (con altas influencias de la política exterior estadounidense) exhortan a una “búsqueda de la felicidad”, estilo de vida que promueve las aspiraciones extrínsecas como una pieza clave en el éxito personal. La riqueza, fama y el poder son parte de una “buena vida” y del “sueño americano”, pues, durante el Siglo XX, Estados Unidos fue el líder del sistema económico de mercado que fomenta el consumismo, siendo así el país que encarna las orientaciones individualistas y materialistas (Ryan et al., 1999).

Para efectos de esta disertación y con el fin de visibilizar la manera en la que otras culturas acogen la cultura estadounidense, se realiza una comparación de las aspiraciones, objetivos e idea de felicidad de la población rusa, con la de Estados Unidos, que tiene documentada su visión de una “buena vida” o el “sueño americano”. Es importante el caso de Rusia, ya que durante la Guerra Fría, la Unión Soviética manejaba una economía de planificación central, misma que ha sido reemplazada con el modelo de economía basada en el mercado, que prevalece en Estados Unidos, por lo tanto la población rusa adaptó este nuevo estilo de vida.

Asimismo, y debido al sistema político manejado por la Unión Soviética ha prevalecido una cultura colectivista, diferente al individualismo de Estados Unidos. En ese sentido, la investigación de Ryan et al. (1999), concluye en que tanto la cultura de Rusia como en la de Estados Unidos las aspiraciones de vida,

ya sean intrínsecas o extrínsecas, demostraron mediciones y patrones similares en hombres y mujeres tal como se puede apreciar en el siguiente gráfico:

GRAFICO 7
ASPIRACIONES EXTRINSECAS E INTRINSECAS ENTRE LOS CIUDADANOS DE LOS EEUU Y RUSIA (1998)



Fuente: (Ryan, y otros, 1999)

Elaborado por: Ryan et al.

El carácter nacional, la identidad de los ciudadanos, el estilo de vida y los ideales de felicidad y éxito estadounidenses han marcado el diferenciador entre la sociedad de Estados Unidos y las sociedades de otros países (Fuentevilla, 2008). Es necesario entender que la construcción y la cosmovisión, tanto interna como externa de la cultura estadounidense, está basada en los valores y principios de la democracia, siendo la libertad el principal, mismos que están expresados en la carta magna del país (National Archives, 1787).

Por lo tanto, la cultura de Estados Unidos, su modelo político y económico han sido transmitidos de manera atractiva hacia otras sociedades y por ende al replicar los mismos, tanto a nivel de gobierno como de la sociedad, se evidencia la expansión de los elementos de poder de Estados Unidos. Sin embargo, cabe mencionar que el control de Estados Unidos de varios de los aspectos de la vida cotidiana de las personas en el mundo, y la creciente tendencia hacia la “americanización” de cada vez más países, representa un problema, ya que no permite que las diferentes culturas e identidades nacionales evolucionen y sean

cada vez más propensas a perderse y aporten a la concentración del poder en una sola nación (Duarte & Valdes, 2013).

Para concluir este capítulo, el objetivo de demostrar la consolidación del poder estadounidense en el sistema internacional durante el siglo XX y su capacidad hegemónica para mantener un orden mundial hasta la actualidad se cumple ya que se evidencia que a lo largo del siglo XX, Estados Unidos lideró el sistema internacional en el ámbito político, económico y cultural. Por un lado, las estrategias para expandir la democracia y el capitalismo promovieron la adaptación de estos modelos en otros países. Por otro lado, la cimentación de su identidad nacional, la composición de los ideales, las costumbres y las prácticas de su cultura también fueron dispersadas en el globo y por ello se consolidó como una hegemonía que ha logrado mantener el orden mundial sin haberse visto afectado por la polarización política, las crisis económicas o sociales.

CAPÍTULO II

CONSTRUCCIÓN DE LA HEGEMONÍA CULTURAL ESTADOUNIDENSE A TRAVÉS DEL PODER BLANDO Y LA GLOBALIZACIÓN

2.1. La globalización como causa de la “americanización” del mundo

La globalización es el resultado de la evolución social y comercial que ha estado presente desde los albores de la humanidad (Naciones Unidas, 2018). No obstante, en el Siglo XX el desarrollo tecnológico y las innovaciones científicas permitieron que la globalización sea parte de la dinámica social fusionando procesos internacionales y domésticos (Mittleman, 2002). La globalización no se limita a ser un proceso económico de intercambio de bienes, servicios, conocimientos e información, ya que también incluye dimensiones políticas, sociales y culturales (Moneta, sf). Estados Unidos es el centro de la globalización en todas sus dimensiones, por ende, los actores del sistema internacional (Estados, empresas y sociedades) se han visto en la necesidad de adaptarse a un mundo globalizado desde la perspectiva estadounidense. En el ámbito cultural, la globalización permite el intercambio de saberes de las culturas del mundo, lo que ha representado una oportunidad para que Estados Unidos expanda no solo sus modelos políticos y económicos, sino también su cultura (Nye J. , 2003).

Así, se entiende que la globalización liderada por Estados Unidos tiene el propósito de conectar al mundo en pro de sus intereses políticos, económicos y culturales. En ese sentido, en el subcapítulo presente se estudia el concepto de globalización, cómo lo entiende Estados Unidos; la manera en la que los actores del sistema internacional se adaptan a ella; y el desarrollo de una cultura global, producto del desarrollo tecnológico.

2.1.1. La globalización desde el punto de vista estadounidense

La globalización es un fenómeno propio de la naturaleza humana en el que las personas y culturas se acercan unas a otras por al intercambio de bienes,

servicios, conocimientos e información. Los avances de la tecnología han permitido que la globalización se mueva de manera acelerada y que la ciencia, el transporte, las tecnologías, las industrias y los medios de comunicación sean accesibles para la población mundial (Naciones Unidas, 2018). No obstante, James H. Mittelman (2002) considera que la globalización es la vinculación de conocimientos, información y estructuras internacionales y domésticas que promueve que la economía, la política, la cultura y la ideología de un país se introduzca en otro. De esta manera, uno de los efectos de la globalización es la integración económica promovida desde Estados Unidos, misma que influye sobre la apertura comercial de las naciones, reduce las tasas arancelarias y fomenta el libre intercambio de bienes y servicios en los distintos mercados del mundo (Naciones Unidas, 2018).

La globalización no solo es un proceso económico de intercambio de bienes, sino también incide en otras dimensiones como la política y la cultura. En particular, el campo cultural se entiende como el traspaso de información de un territorio a otro respecto de identidades, culturas, tradiciones y costumbres. En la globalización, la cultura, no se concibe desde la lógica de los Estados-naciones, al contrario, sus estructuras corresponden a la lógica del mercado, por lo tanto, la producción de la industria cultural y su dispersión en los mercados mundiales están dentro del proceso de la globalización (Moneta, sf)

Joseph Nye (2003) explica la globalización como una red mundial de interdependencia con la capacidad de conectarse y tomar diversas formas. Al ser una red, ésta puede tener un eje con la capacidad de controlar sus radios y el centro de la red de los cuatro tipos de globalización es Estados Unidos. A nivel económico, es el mayor mercado de capitales; a nivel militar es el único país con la capacidad de actuar a nivel global; a nivel social, es el foco de la cultura popular²⁷; y a nivel medioambiental es el país más contaminante, cuyo apoyo político es determinante en las decisiones mundiales respecto del medio ambiente. El centralismo en la globalización beneficia al poder duro y blando de Estados

²⁷ La cultura popular es la manera de entender el mundo conforme a los valores, las creencias, las ideas, etc aprendidas y que generalmente se contraponen con la cultura “oficial” y legítima impuesta por los grupos de poder, por ende son consumidores de productos masificados (Universidad de Buenos Aires , 2014)

Unidos y esto “proporciona poder hegemónico” (Nye J. , 2003, págs. 132-133). Afirmando el concepto de Gramsci “la hegemonía será entonces la expresión de ese modo oficial de concebir el mundo, un proceso de construcción cultural compuesto simultáneamente por consensos y resistencias” (Gramsci, 1972).

De acuerdo con Lerman y Schmidt (1999), posterior a la II Guerra Mundial, Estados Unidos fomentó las políticas liberales internacionales y protagonizó la promoción de la apertura de los mercados mundiales. La posición de Estados Unidos en el comercio internacional le permitió pasar del 7% del PIB mundial en 1950 a un 17.1% en 1993. El estudio menciona que la apertura de los mercados favoreció el aumento de ingresos de la población, pues incrementó la especialización y la eficiencia de la producción de aquellos elementos en los que se tienen ventajas comparativas (Lerman & Schmidt, 1999), lo cual explicaría los esfuerzos protagónicos de Estados Unidos en la creación de instituciones internacionales que regulen la economía y finanzas del mundo (Veraza, 2004).

En efecto, Estados Unidos motivó el establecimiento de instituciones internacionales que concuerdan con sus modelos económicos, políticos y sociales (Veraza, 2004). Por ejemplo, la creación de la Organización Mundial del Comercio (OMC) como un sistema multilateral que se encarga de generar las normas que regulan el comercio hizo que los mercados mundiales sean cada vez más liberales (OMC, 2017). Asimismo, Estados Unidos ha tenido éxito durante la era de la globalización por otros factores:

- Volumen de la economía estadounidense;
- Idioma en el que ocurre la globalización (inglés);
- La globalización se basa en los principios neoliberales; y,
- Fomenta el individualismo (Nye J. , 2003, pág. 116).

El proceso de la globalización como producto de los avances tecnológicos hizo que Estados Unidos aumente su economía, expanda su mercado e influya en otras naciones con el intercambio de los bienes producidos en el país. Por lo tanto, el liderazgo de la hegemonía en la creación organismos internacionales, para

regular y estandarizar el comercio, refleja los intereses de Estados Unidos para continuar manteniendo el orden mundial (Méndez, 2007). Alexander Wendt (1995) propone que la política mundial está socialmente construida, por lo tanto, las estructuras fundamentales de la política internacional son sociales también. En este sentido, estas estructuras definen los intereses e identidades de los actores que se interrelaciona en un mundo globalizado.

2.1.2. Adaptación de los actores del sistema internacional a la globalización

Alexander Wendt (1995) sostiene dentro de su visión constructivista que el sistema internacional está constituido por la distribución de las capacidades materiales y relaciones sociales, por lo tanto las estructuras sociales tienen tres elementos: 1. Conocimiento compartido (relaciones entre los miembros del sistema internacional); 2. Recursos materiales (que explica cómo los cambios en el poder material afectan las relaciones sociales); y, 3. Prácticas de los Estados. Para efectos de la presente investigación y en base a lo propuesto por Wendt, se identifica a los Estados, organismos internacionales, empresas y sociedades como los actores del sistema internacional y se explica su adaptación a la globalización liderada por Estados Unidos.

Para Luis Méndez Francisco (2007), la globalización provoca tensiones en las estructuras estatales debido a los cambios que se generan a causa de la constante evolución y expansión de la misma, lo que crea modificaciones funcionales en las instituciones ya sean locales, estatales o internacionales. La globalización tiene efectos en las economías, los modelos políticos estatales y las culturas (Moneta, sf). Los países en vías de desarrollo, se han visto en la obligación de adaptarse a los procesos acelerados de la globalización, sin tener mucho éxito, debido a la distribución inequitativa de los recursos globales (Méndez, 2007). Además, produce un desplazamiento tanto de la actividad humana como del poder hacia sociedades transnacionales reduciendo la soberanía de las naciones (Méndez, 2007).

Estados Unidos es el eje central de la globalización, por ende, la occidentalización del mundo se ha logrado a través del fenómeno con la etiqueta

“Made in USA” (Nye J. , 2003). No obstante Joseph Stiglitz (2002) considera que, si bien es cierto uno de los objetivos de la globalización desde la visión estadounidense es impulsar el crecimiento de las economías de los países menos desarrollados; las instituciones y organismos internacionales, especialmente aquellos que tienen responsabilidades económicas y financieras, no deben enfocarse únicamente en proporcionar recetas para que los países alcancen el nivel de Estados Unidos, si no también deben respetar los ritmos y las secuencias de los demás países (Arroyo, 2002).

En un sistema internacional en el que el actor principal es Estados Unidos, y los organismos que lidera son parte del mismo actor, se evidencia la forma en la cual los demás actores del sistema internacional se han adaptado no solo a los procesos de las instituciones supranacionales (FMI y BM), sino también a la dinámica de la globalización (Moneta, sf). Aunque, las políticas aplicadas por estas entidades, durante el siglo XX, fomentaron la apertura de los sistemas económicos, de los capitales extranjeros y una reestructuración enfocada en la liberalización de los mercados de capitales (OMC, 2017). Joseph Stiglitz (2002), sostiene que el desarrollo de estas políticas promovieron la globalización y beneficiaron a Estados Unidos, sin embargo, no fueron adecuadas para los demás ya que utilizaron el modelo estadounidense en sociedades y culturas diferentes (Arroyo, 2002).

En ese sentido, la globalización permite el acceso a nuevos mercados; por ende, representa una oportunidad de crecimiento empresarial. Las corporaciones se han beneficiado de este fenómeno, buscando aumentar la competitividad, los niveles de productividad y eficiencia al momento de producir, y así estar a la par de las grandes empresas mundiales. La globalización da opciones a las empresas de expandirse conquistando los mercados extranjeros y adaptándose a las respectivas culturas (Puerto Becerra, 2010). Es importante mencionar que la globalización empresarial no es exclusiva de Estados Unidos aunque hayan sido ellos los promotores. Un ejemplo de esto es la presencia de bancos europeos en

América Latina y el hecho de que el club de fútbol más popular del mundo no sea estadounidense, sino británico²⁸ (Nye J. , 2003).

Finalmente, a pesar de las críticas a la globalización, los Estados se han visto en la necesidad de cambiar a nivel estructural sus sistemas políticos y económicos y también a nivel institucional con la finalidad de adaptarse al sistema internacional globalizado (Méndez, 2007). Sin embargo, no sucede lo mismo a nivel cultural ya que la globalización no significa homogenización. La globalización permite que las distintas culturas adopten ideas, costumbres e identidades entre sí. Las culturas no son estáticas y están constantemente asimilando elementos de otras (Nye J. , 2003). En efecto, la velocidad con la que interactúan los distintos actores a nivel mundial se ha desarrollado en todos los ámbitos de la vida cotidiana, en particular en el arte, la cultura, la ciencia, entre otros. Por lo que, gracias a la globalización las sociedades de los países han podido intercambiar los conocimientos, idiomas, religión y tradiciones propias de las culturas y en el caso particular de Estados Unidos, no es la excepción (Moneta, sf).

2.1.3. El nacimiento de la cultura global

La palabra “cultura” proviene del latín *cultus* que significa cultivar. El significado original está fuertemente vinculado con el cultivo de la tierra. A través de los años el sentido de la palabra se modificó y pasó a ser de una actividad a una condición. La cultura es un fenómeno propio del ser humano y es un proceso que abarca pequeños, medianos o vastos grupos de personas. En ese sentido, la cultura global debe verse como un proceso intrincado del cultivo de un estilo de vida que adquiere forma y significado en la acción social a escala global (Vesajoki, 2002).

La cultura global no es parecida a la cultura del Estado-nación, ya que este tipo de cultura enfatiza la homogeneidad y la integración dentro de una nación. Bajo esta lógica, no se podría identificar una cultura global e integrada, sin la formación de un Estado-global. Sin embargo, es importante mencionar que los

²⁸ El Manchester United cuenta con 200 clubes de seguidores en 24 países (Nye, Jr. , 2002, pág. 117).

procesos de integración cultural pueden ocurrir no sólo en un nivel intra-estatal, sino también en los procesos interestatales, lo que trasciende a la unidad de la sociedad de un Estado que puede existir a niveles transnacionales (Featherstone, 1990).

Los procesos culturales transnacionales ocurren de varias formas, algunas de las cuales han precedido las relaciones interestatales y los Estados-nación pueden estar incrustados en ellas, lo que sostiene los flujos de bienes, información, personas, conocimiento e imágenes que fomentan nuevos procesos de comunicación, ganando así autonomía a nivel global. Como consecuencia, es posible también el nacimiento de terceras culturas que pueden provocar flujos culturales que no podrían ser concebidos como productos de los intercambios bilaterales de los Estados-nación (Featherstone, 1990).

En la actualidad ocurren dos fenómenos: la cultura afecta a la tecnología y a su vez, la tecnología afecta a la cultura. El componente global de la tecnología permite que las nuevas generaciones compartan similares gustos en música, entretenimiento y alimentos. Sin embargo, el lugar de nacimiento sigue dictaminando los comportamientos. La cultura de origen establece los estándares con los cuales se juzga qué es “bueno” y qué no. Condiciona la manera en la que se desarrolla la comunicación y es el medio bajo el cual se percibe al mundo y como el mundo percibe a dicha cultura. El hecho de que los fans japoneses hayan limpiado los estadios cada vez que su equipo de fútbol jugó en el mundial de Brasil en el 2014 ejemplifica la forma en la que una cultura puede distinguirse de otras inclusive en un evento global centrado en un solo gusto: el fútbol (Berset-Price, 2017).

La cultura de una sociedad no es estática y se encuentra en un constante estado de flujo que influye y es influida por distintas visiones del mundo. La globalización ejerce una influencia dentro de las distintas culturas de los países, y, sin embargo, existe el peligro de provocar pérdida de identidades, exclusión e incluso conflictos cuando las culturas se exponen a la modernización basada en modelos extranjeros que no se acoplan a la realidad de una sociedad en particular (UNESCO, 2017). En ese sentido, de acuerdo con el escritor Mario Vargas Llosa

(2000), en su artículo *Culturas y la Globalización*, la integración internacional es la causa de la decadencia de las culturas, tradiciones, costumbres, creencias e ideologías de cada país puesto que resultan ser débiles ante el bombardeo de información, a través de productos culturales de origen de países poderosos, en particular de Estado Unidos, cuyos productos son introducidos al mercado por empresas transnacionales (Nye J. , 2003).

Por lo tanto, la globalización es un proceso propio de la naturaleza humana (Naciones Unidas, 2018). En este sentido, los actores del sistema internacional se desenvuelven en un mundo globalizado desde la perspectiva de Estados Unidos, por lo que los miembros de la comunidad internacional, tendrán mejores oportunidades de desarrollarse cuando se acoplen a los distintos aspectos de ella. La cultura es un factor importante ya que una cultura global puede favorecer a la construcción de un país hegemónico. Así, el desarrollo tecnológico es una causa y consecuencia de la globalización, mismo que ha fortalecido el uso del poder blando de los países, en particular el de los Estados Unidos (Nye J. , 2003). Como afirma Manuel Torres (2005), “el poder blando es ante todo una propuesta para lograr la perpetuación de la hegemonía norteamericana, y no puede ser entendido sino se toma en cuenta esta finalidad” (Torres, 2005, pág. 3).

2.2. Contribución del poder blando para el cumplimiento de objetivos políticos, económicos y culturales de Estados Unidos

Los estudios de las relaciones internacionales surgen por la necesidad de entender el comportamiento de los Estados en el sistema internacional. Durante el siglo XX, los académicos desarrollaron el concepto de poder duro que concierne al uso de la fuerza militar y económica de manera coercitiva para alcanzar los intereses y objetivos de la nación (Nye J. S., 2003). Por ejemplo: durante la I y II Guerra Mundial, tanto Estados Unidos como Francia, Gran Bretaña y Alemania utilizaron su fuerza militar y económica (armas, soldados, industria, entre otros) para confrontar el evento bélico. Sin embargo, en el siglo XXI, los estudiosos de la materia reconocen que no basta el poder duro para entender el poder de un país, sino que aparecen nuevos actores y nuevas teorías que explican cómo el poder blando de un país también influye en el logro de sus metas políticas, económicas

y sociales; en el caso de Estados Unidos, el uso del poder blando en el siglo XX benefició su posicionamiento hegemónico.

A continuación, en el siguiente subcapítulo se explica el concepto del poder blando y como Estados Unidos se ha beneficiado del mismo para alcanzar intereses y objetivos políticos, económicos y sociales refiriéndose específicamente a la expansión de su cultura en el mundo.

2.2.1. El concepto del poder blando y la diplomacia cultural de Estados Unidos

Según la definición de Joseph Nye (2003), el poder blando es la habilidad para lograr los objetivos estatales a través de la persuasión y no la coerción, lo cual incluye la cultura, los valores y las políticas de los países. La efectividad del poder blando incluso refuerza al poder duro, aunque pueden ser complementarios, no son indispensables uno del otro. Adicionalmente, Alan Chong (2007) sostiene que, la influencia del poder blando es más fuerte debido a la era de la información en la que los actores de un sistema internacional globalizado se desenvuelven. Judit Trunkos (2013) complementa el concepto de poder blando y lo define como los recursos nacionales que tienen la capacidad de atraer a otros países a alcanzar el interés nacional por medio de una agenda de política exterior atractiva.

Por lo tanto, cabe señalar que la política exterior estadounidense ha sido la clave para su posicionamiento como hegemonía en el sistema internacional; la manera en la que ha ejercido sus relaciones políticas, económicas y sociales con las demás naciones del mundo evidencia que los instrumentos utilizados en su política exterior han sido tanto de poder duro como de poder blando (Wittkopf, Jones, & Kegley, 2008). En cuanto al poder blando estadounidense, éste se ha basado en la cultura a través de sus industrias culturales, los ideales y las medidas políticas (Córdoba, 2008).

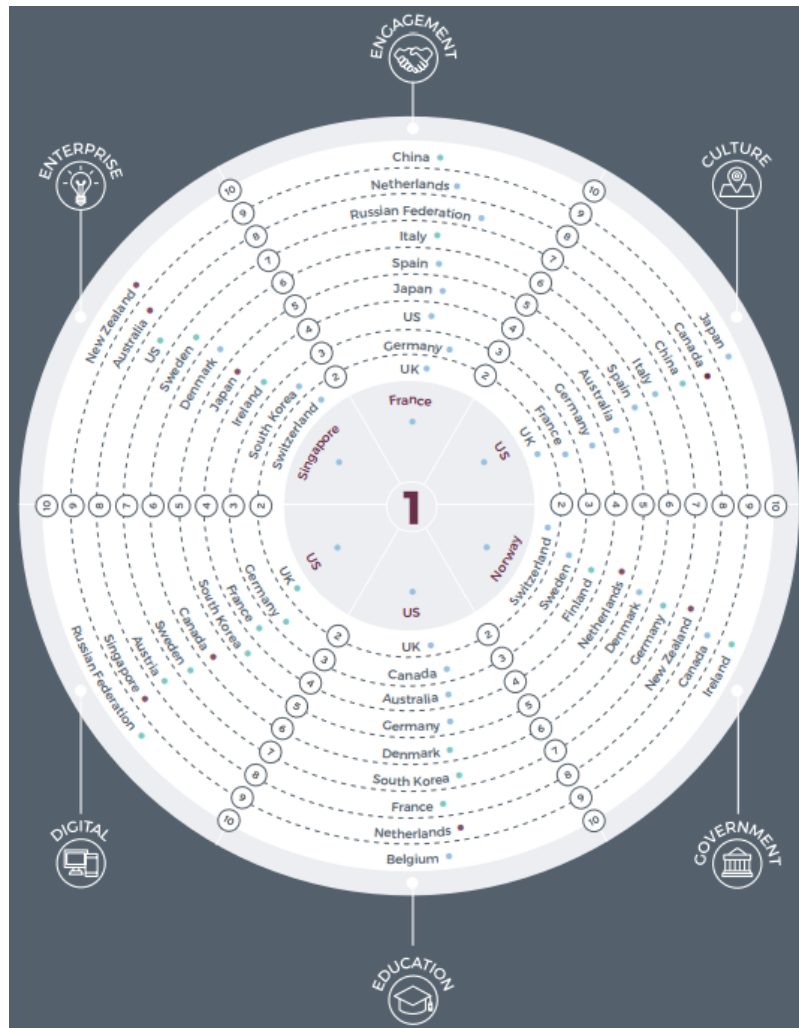
De acuerdo con el ranking global del poder blando “*The soft power 30 report*” (2017), entender el concepto de poder blando es necesario debido al contexto global de cambio continuo al que el mundo está expuesto y, por ende, demuestra el desafío que esto representa para los países debido a la

interdependencia de los asuntos mundiales que se generan, la cual está estrechamente vinculada con el rápido desarrollo de la tecnología y el fácil acceso a la información. En palabras de Nye (2015), cuando los objetivos de la política exterior incluyen la promoción de la democracia, los derechos humanos y la libertad, el poder blando resulta ser superior al poder duro. En una era marcada por la difusión del poder, este elemento se convierte en una parte importante de las estrategias de la política exterior.

Jonathan McClory²⁹ (2017) desarrolló el primer índice mundial para medir el poder blando de los países e identificó las siguientes categorías: Cultura, Digital, Educación, Compromiso diplomático, Empresa, Gobierno y Encuestas Globales (ver Anexo 2). A pesar de que en el *Soft power 30 Report* (2017) Estados Unidos está en el tercer lugar con el 75,02% del total de sus elementos de poder blando, en el cuadro comparativo entre los 10 países con mayor poder blando en el mundo, Estados Unidos lidera la categoría de cultura, digital y educación (ver Gráfico 8). En efecto, según datos de la UNESCO, la industria cultural estadounidense representa el 11% de su PIB y se caracteriza por tener un alcance global muy fuerte, por tanto, la cultura es el recurso más potente de poder blando del país (Portland Communications, 2017).

²⁹ Jonathan McLory es socio de la consultora “Portland Communications”, especialista en poder blando, *place branding* y relaciones culturales. Jonathan ha trabajado como asesor de gobiernos de Reino Unido, Europa, Asia y Medio Oriente en estrategia, política y fortalecimiento de la reputación global. También ha desarrollado proyectos que promueven el lanzamiento de la marca de la nación y es autor del primer índice global que mide el poder blando de los países (Portland Communications, 2017) .

GRÁFICO 8
CUADRO COMPARATIVO ENTRE LOS 10 PAÍSES CON MAYOR PODER BLANDO SEGÚN LAS CATEGORÍAS



Fuente: (Portland Communications, 2017)
Elaborado: Jonathan McClory.

La diplomacia cultural es un elemento de la diplomacia tradicional, como parte de la estrategia de la política exterior de los países. La cultura como tal ha sido un aspecto importante de la agenda gubernamental, no obstante, a partir de la II Guerra Mundial, la cultura es un pilar en las relaciones entre los Estados (Rodríguez, 2015). En el caso de Estados Unidos, la diplomacia cultural es un claro ejemplo de la aplicación del poder blando para el alcance de sus intereses y objetivos políticos y económicos, porque ha permitido el intercambio de valores, ideologías, sistemas, costumbres, tradiciones y creencias (Nye J. , 2003), ya que la diplomacia cultural no es un elemento aislado de la economía y la política, al contrario, es un elemento fundamental para el alcance de estos fines (Rodríguez, 2015).

Históricamente, Estados Unidos ha implementado la diplomacia cultural de manera clásica, es decir, que su poder como país hegemónico le ha otorgado los recursos para ejecutar este tipo de estrategias (Observatorio Vasco de la Cultura, sf). Según Edgar Montiel (2010), el embajador estadounidense Benjamín Franklin con su discurso sobre la independencia dio apertura al campo de la diplomacia cultural; sin embargo, desde 1936 a través de la Convención para la promoción de las Relaciones Culturales Interamericanas³⁰; en 1940 el gobierno estadounidense institucionalizó la diplomacia cultural con la creación del Comité Interdepartamental para la Cooperación Científica y la División de la Cooperación Cultural.

Aunque después de la II Guerra Mundial y con el surgimiento de la Guerra Fría, Estados Unidos implementó a la diplomacia cultural como pilar estratégico de su política exterior a través del Departamento de Estado, y así surgieron programas como la Fullbright³¹. Asimismo, durante la lucha ideológica entre EE.UU y la URSS, los productos culturales representaron un recurso al servicio del Estado y por tanto nace la Agencia de Información Norteamericana (USAI) encargada de difundir las ideas y valores de Estados Unidos al mundo hasta 1999 (UNESCO, 2017). Al terminar la Guerra Fría, la estrategia cambió y se orientó al afianzamiento de un mercado global privado (Montiel, 2010, pág. 19). Y así aumentaron las políticas de su poder blando; un ejemplo claro es *Hollywood* como industria cinematográfica y los cómics, ambos productos de acceso a las masas (Montiel, 2010).

2.2.2. Actores del sistema internacional y los recursos disponibles del poder blando en Estados Unidos

Gramsci sostiene que la hegemonía de un país no recae solamente en el poder político y económico, sino de manera primordial en la cultura, misma que se construye desde la base por el dominio de un grupo gobernante (Campione, 2014). Y esto se evidencia cuando Nye (2003) afirma que el sistema internacional del Siglo XX fue dominado por Estados Unidos a través de su poder duro y blando;

³⁰ Consistía en los intercambios entre la gente para mejorar el conocimiento y la comprensión mutua entre naciones (Montiel, 2010).

³¹ Entre 1946 y 1996 más de 250 mil personas se beneficiaron del programa de estudios (Montiel, 2010).

sin embargo, en el siglo actual (XXI) su hegemonía se mantiene debido a la importancia del poder blando en las estrategias de la política exterior y la existencia de otros actores del sistema que han influido en el alcance de metas a nivel local e internacional.

Efectivamente, la composición del sistema internacional ha involucrado a varios actores que se interrelacionan y generan estructuras y/o sistemas a través de factores como el conocimiento, los recursos y las prácticas de los Estados (Wendt, 1995). Un sistema internacional dominado por Estados Unidos y su hegemonía política, económica y cultural es el resultado de la interacción que generan los actores (Estado, empresa, instituciones y sociedad), la globalización que ha permitido el intercambio de los recursos materiales y el poder blando (Nye J. , 2003).

En ese sentido, según Nail Ferguson (2003) el poder blando es el poder no tradicional que se logra a través de la influencia cultural y comercial con la integración internacional de grandes marcas: *Coca Cola*, *Nike*, *Apple*, entre otros. Éstas son herramientas no materiales, pero visibles que no siempre son controladas por el gobierno desde las estrategias de política exterior; no obstante, aportan con el logro de objetivos para una nación (Torres, 2005). Es evidente que la industria cinematográfica con *Hollywood* (Los Ángeles) y la creación del internet en *Silicon Valley* (California) son ejemplos del poder blando en acción porque es una forma tangible de mostrar lo que es Estados Unidos en cuanto a sus valores (libertad, democracia) y estilos de vida (innovación, consumo), mismos que son receptados fácil y aceleradamente por las naciones convirtiendo aquello en algo universal (Ritula, 2014).

Al ser la cultura un elemento extenso con componentes tangibles e intangibles, se han identificado los recursos disponibles de la sociedad estadounidense producidos tanto por el Estado como por la empresa privada para visualizar el alcance de Estados Unidos, todo hacia lograr sus intereses específicos de expansión ideológica y mantenimiento del poder, orden mundial y seguridad internacional (US Embassy, sf) (ver Cuadro 4).

CUADRO 4
RECURSOS DE PODER DE ESTADOS UNIDOS DURANTE LOS SIGLOS XX Y XXI

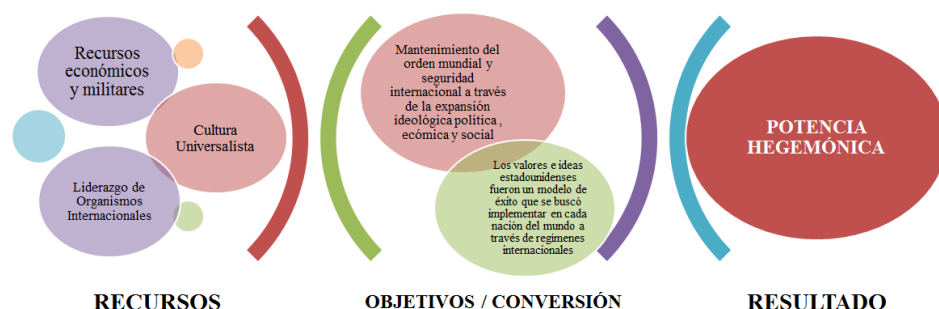
Período	Recursos principales
Siglo XX	Escala económica, liderazgo científico y técnico, situación geográfica, potencial militar y alianzas, cultura universalista y regímenes internacionales liberales
Siglo XXI	Liderazgo tecnológico, escala militar y económica, poder blando, eje de comunicaciones transnacionales

Fuente: Joseph Nye (2003).

Elaborado por: Carla Orma.

Para poder implementar el poder blando y lograr objetivos más amplios de política exterior, los gobiernos deben comprender los recursos que pueden utilizar y entender dónde podrían ser efectivos (Nye J. , 2015). Y a través de la metodología de Joseph Nye, diseñada para identificar la capacidad de influir que tiene el poder blando específicamente en el sistema internacional, se explica cómo los recursos de Estados Unidos aportan a la construcción de una potencia hegemónica en el siglo XX (Portland Communications, 2017) (ver Gráfico 9). La metodología consiste en un proceso de inicio a fin, en el que los resultados logrados se deben a: 1. La identificación y uso de los recursos disponibles; 2. Tener un objetivo claro; 3. Adecuar el recurso en función del grupo social identificado o mercado; y, 4. La conversión que se trata de adaptar al recurso según el grupo (Nye J. , 2015). Un ejemplo más específico de esto, es el caso de McDonald's en la India.

GRÁFICO 9
INFLUENCIA DEL PODER BLANDO EN EL SISTEMA INTERNACIONAL



* Metodología utilizada en el SoftPower_30 Report

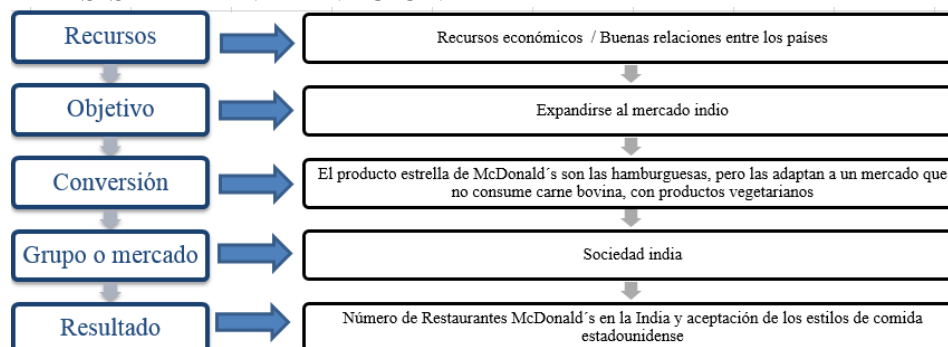
Fuente: Nye (2003).

Elaborado por: Carla Orma.

McDonald's es una empresa transnacional estadounidense de comida rápida que logró ingresar y posicionarse en el mercado indio debido a sus recursos

económicos y las buenas relaciones internacionales entre los países. El objetivo de la empresa fue expandir su mercado, por ello adaptó su producto de acuerdo a la necesidad de la sociedad india y ofrece hamburguesas vegetarianas, para que su grupo objetivo (mercado), población que no consume carne bovina, adquiera el producto y de esta manera cumplió su objetivo de expandir su mercado y que la sociedad hindú consuma hamburguesas al estilo McDonald's (Kannan, 2014). Así se explica cómo, de manera indirecta, la empresa privada aporta como actor del sistema internacional a través del poder blando en la expansión de la cultura estadounidense (ver Gráfico 10).

GRÁFICO 10
INFLUENCIA DEL PODER BLANDO A TRAVES DE UN ACTOR
DEL SISTEMA INTERNACIONAL



* Metodología utilizada en el SoftPower_30 Report
 Fuente: (Portland Communications, 2017).
 Elaborado por: Carla Orna.

De modo que el poder blando es un medio para influenciar y, por tanto, no se debe subestimar su importancia; los productos culturales responden a los propósitos de los gobiernos y de ahí que este poder se extrapola a otros actores del sistema internacional. En el caso de Estados Unidos, este actor no puede lograr sus objetivos de manera unilateral y es por ello que la globalización y el poder blando hacen que la cultura popular estadounidense trascienda de manera local e internacional, lo cual influye en el imaginario social respecto de lo que es Estados Unidos como nación, ejemplo: *Hollywood*, *CNN*, *Facebook*, *Disney* (Nye J. , 2003).

2.2.3. Potencialización de los recursos disponibles para el cumplimiento de objetivos del gobierno: idioma, cine, literatura, entre otros

Según McClory (2017) la cultura es parte de las categorías para medir el poder blando de los países. Para Estados Unidos, la cultura ha representado un elemento importante para difundir su visión del mundo durante el siglo XX (Rodriguez, 2015). En un inicio, la propuesta “*American Dream*” o “sueño americano” motivaba a que Estados Unidos era la tierra de la esperanza, en donde las personas podrían cumplir sus sueños y mejorar la calidad de vida. No obstante, a partir de 1914, la cultura estadounidense empieza a exportar más allá de un ideal. Con la llegada Charles Chaplin, la música ragtime, el jazz y las películas de vaqueros del oeste, la cultura estadounidense empezó a ser familiar para otras sociedades. No obstante, después de la II Guerra Mundial con el aumento de la economía del consumo y el estilo de vida estadounidense en la década de 1950, la cultura popular de Estados Unidos se globalizó (Garcia, 1996).

De igual modo, el idioma inglés se ha propagado por el mundo, de tal manera que ocupa el segundo lugar como el idioma más hablado con 527’000.000 hablantes. El 4,83% de la población mundial habla inglés en 101 países y, finalmente, es el idioma extranjero más aprendido con 1.5 mil millones de estudiantes en el mundo (Noack & Gamio, 2015). Por un lado, la diplomacia cultural, a través de la cooperación internacional y los convenios de intercambio han promovido el aprendizaje de este idioma (Rodriguez, 2015). Por otro lado, una corriente constante de televisión, películas, canciones, juegos de computadora y sitios web estadounidenses han difundido las palabras y expresiones estadounidenses más allá de sus fronteras, sin dejar de lado que las ciencias y la evolución tecnológica se registran en inglés. Por ejemplo, la expresión “OK”, adoptada por otros idiomas y el hecho de que los países no desarrollados han incluido el inglés dentro de sus sistemas educativos (BBC, 2004).

La media es uno de los elementos que más provee de recursos de poder blando a Estados Unidos y, por lo tanto, han apoyado en el cumplimiento de sus objetivos políticos, económicos y sociales ya sea de manera directa o indirecta (Nye J. , 2003). El cine, la televisión, la radio y el internet han logrado

posicionarse en el mercado estadounidense debido a una población de 300 millones de habitantes y a nivel global con más de 2 mil millones de personas que hablan inglés y son consumidores de productos estadounidenses (Banco Mundial, 2018).

La literatura estadounidense comenzó a tener impacto después de la I Guerra Mundial con autores como Ernest Hemingway, T.S. Eliot, Robert Frost, John Steinbeck; sin embargo, durante el siglo XX aparecen libros que son utilizados como metáforas para entender los comportamientos de un Estado hegemónico como lo es Estados Unidos, y así Armando Mattelart y Ariel Dorfman (1971) publicaron el libro *Para Leer al Pato Donald*, cuyo contenido explicaba la naturalización al derecho de propiedad privada de los medios de producción a través del dibujo animado Donald, y ejemplifica la metáfora del pensamiento burgués (Dorfman & Mattelart, 1971). En efecto:

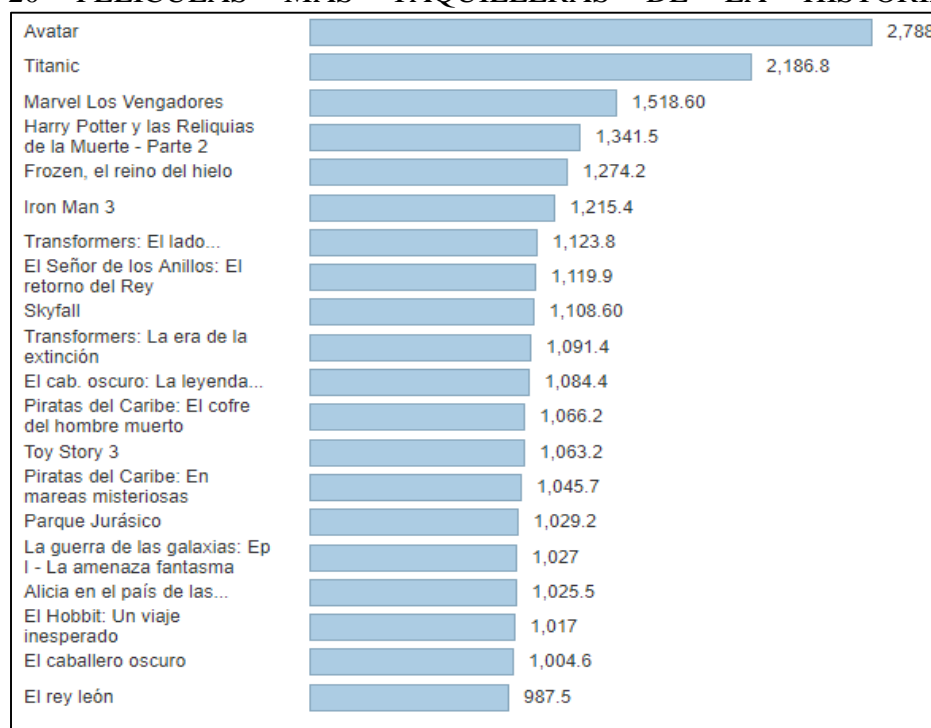
(...) este dibujo es la manifestación simbólica de una cultura que articula sus significaciones alrededor del oro y que lo vuelve inocente al despegarlo de su función social. Para Dorfman y Mattelart, detrás de la máscara del mito Disney se esconde el inevitable mensaje propagandístico del imperialismo cultural, del capitalismo estadounidense y del mítico "*American Way of Life*" (Córdoba, 2008:1).

En cuanto a la industria cinematográfica estadounidense, *Hollywood* abrió las puertas para la estandarización de la cultura de masas³² a través del cliché con el *American way of life* (Veraza, 2004). Cabe señalar que a pesar de que la India es el mayor productor mundial de películas, las cintas más vistas de la historia son estadounidenses: *Titanic*, *Star Wars*, *Jurassic Park*, *el Rey León*, *E.T* (el extraterrestre), mismas que han recaudado millones de dólares (Córdoba, 2008) (ver Gráfico 11). Un efecto interesante del dominio de la cultura de Estados Unidos a través de las películas y otros medios es que las personas que no han tenido la oportunidad de estar en el país pueden percibir que vivir en Estados Unidos es una buena idea (United States Department of State, 2013).

³² Se entiende por cultura de masas a las manifestaciones culturales producidas de manera masifica son de fácil acceso para muchas personas y que por ende se opone a la cultura de élite; los producción de artículos responden a una industria que crea en función de las demandas de las consumidores (Abruzzese, 2004).

GRAFICO 11

20 PELICULAS MAS TAQUILLERAS DE LA HISTORIA



Fuente: La Vanguardia.

Elaborado por: Ismael Nafría.

Es evidente que los recursos disponibles de un país hegemónico, tanto del poder duro como del poder blando, le han permitido alcanzar los objetivos e intereses políticos -respecto de seguridad internacional y orden mundial-, económicos -con la liberación de mercados- y sociales -con la aceptación y la imitación de valores y estilos de vida- (Nye J. S., 2003).

2.3. Rol de la empresa privada en el Siglo XX y la producción de productos culturales que influyen en el imaginario social

Durante el siglo XX, surgieron cambios transcendentales tanto para los Estados, como para la empresa privada y la sociedad: el aumento de la población estadounidense, la inserción de la mujer en el campo laboral, la producción en masa y la liberación de los mercados promovieron el consumo masivo de varios productos tanto dentro de Estados Unidos como en el exterior (Mowery & Rosenberg, 1998). Entre las industrias estadounidenses con mayor crecimiento de la época está la de los productos culturales, mismos que se caracterizan por manifestar la identidad y los valores de la cultura que los produce (Téllez, sf). De

esta manera, se fomentó la construcción de una hegemonía cultural. A continuación se describe brevemente el rol de la empresa privada estadounidense en el siglo XX, el concepto de producto cultural y sus características y cómo la producción masiva de los mismos para el consumo local e internacional promovió la expansión de la cultura estadounidense.

2.3.1. Rol de la empresa privada en el sistema internacional del siglo XX

Alfred North Whitehead (matemático y filósofo estadounidense) menciona que la mayor invención del siglo XIX fue el método de la invención. Una característica de la innovación en el Siglo XX es, sin embargo, que la inventiva fue institucionalizada, lo que significó que la innovación procedía de ambientes de investigación organizada. Han existido impactos económicos en los avances científicos del siglo XX, mismos que ha fomentado un refinamiento paulatino y prolongado en los procesos de adaptación de los mercados a las nuevas tecnologías. Por esta razón, los efectos económicos en la producción de nuevas tecnologías hacen que el desarrollo no sea tan acelerado, inclusive en una época en la cual el crecimiento ha sido intenso (Mowery & Rosenberg, 1998, pág. 2). El beneficio del uso de la tecnología en la producción es la producción en masa (Smith, 1776). El método de producción en masa utiliza personal altamente calificado, enfocado en el diseño de los productos y sus componentes, en un sistema de producción con la finalidad de estandarizar y ensamblar a través de maquinaria especializada (Hindle, 2009).

Usualmente, algunas de las partes utilizadas para la producción final eran ensambladas en otros lugares y eran puestas en líneas de ensamblaje. El resultado fue un producto estandarizado, realizado por cantidades relativamente pequeñas de variedades, de bajo costo y poca calidad. *Ford Motor Company* en 1908 lanzó al mercado el Modelo T perfeccionando la tecnología de líneas de ensamblaje, producto al que el mismo Henry Ford llamó “vehículo universal”. En 1913, Ford produjo la mitad de los vehículos del mercado estadounidense (Hindle, 2009). Durante la I Guerra Mundial, las nuevas tecnologías permitieron la evolución en la producción de varios elementos: desde balas, hasta aviones, tecnologías que se

replicaron alrededor del mundo. En Francia, André-Gustave Citroën lo utilizó para manufacturar municiones en París (Reeg, 2014).

La tasa de empleo femenino durante la I Guerra Mundial subió del 23.6% en 1914 al 46.7% en 1918. Esto se dio debido a dos razones: la primera, dado que los hombres dejaron puestos vacantes en las fábricas estadounidenses, los empleadores vieron la necesidad de contratar mujeres que puedan suplirlos durante la guerra; la segunda razón es que se abrieron nuevas plazas de trabajo en los esfuerzos de la guerra, por ejemplo, en fábricas de municiones. De hecho la demanda alta de municiones, hizo que las fábricas que las producían empleen a más mujeres en Estados Unidos durante 1918. El aumento de personas en el mercado laboral impulsó la economía y por lo tanto el consumo en Estados Unidos (Striking Women, 2018).

Durante la I y la II Guerra Mundial el intenso período de acumulación de capital promovió que las grandes empresas estadounidenses se expandan y establezcan oligopolios (*Chrysler, Ford, General Motors*, petroleras y refinerías). La industria automotriz, el equipamiento eléctrico y empresas de químicos proveyeron los estándares de progreso de la mecanización, de la gestión, de la organización, y de la creación de nuevas técnicas comerciales (Louçã & Mendonça, 2002). Durante los primeros años del Siglo XX, surgieron empresas modernas que sustituyeron a los pequeños negocios familiares con producciones personalizadas (ver Cuadro 5). La estandarización de los productos promovió que cada marca se vea en la obligación de diferenciarse de otras. Los productos de consumo masivo de empresas como *Procter and Gamble* y *Unilever* desarrollaron una gestión de marca enfocada en la promoción de identidad propia, priorizando la generación de vínculos emocionales con los consumidores (De Swan Arons, 2011). El vínculo permite que los mercados crezcan y se modernice la empresa, generando cambios muy importantes en la manera en la que la empresa estadounidense opera (Ramírez, 2005).

CUADRO 5
EMPRESA TRADICIONAL VS. EMPRESA MODERNA

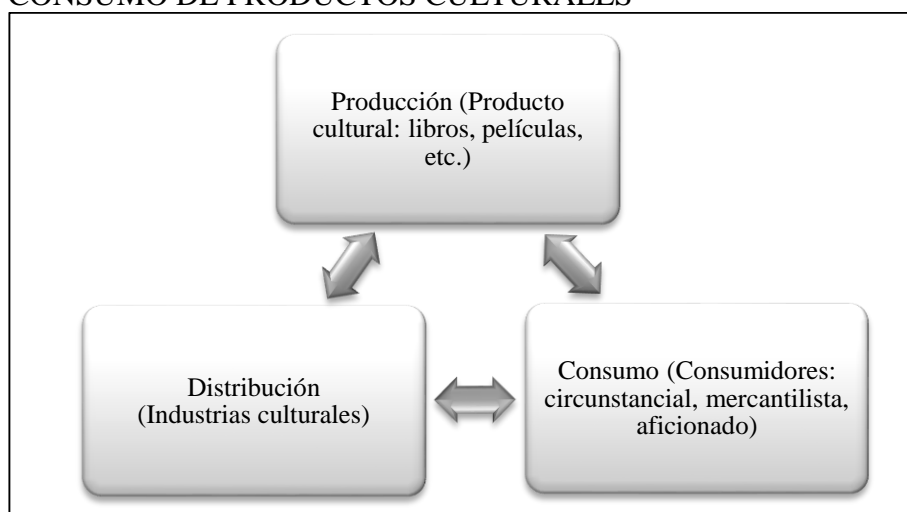
Empresa Tradicional	Empresa Moderna
Una sola unidad operativa. Es dirigida por una persona o un grupo reducido de propietarios, normalmente familia	Es dirigida por un grupo de personas, los directivos asalariados, que dirigen y supervisan el trabajo de varias unidades operativas
Difícil reemplazo del propietario o director	Los directivos pueden ser sustituidos y el funcionamiento permanece
Dirección casi artesanal y personal	Dirección profesional. Amplia formación académica de los directivos
Selección y ascenso basados en relaciones familiares o en el dinero	Selección y ascenso basados en la formación, experiencia, rendimiento y conocimientos especializados
Mono-propiedad. Empresa individual. Suele haber coincidencia entre propietario y gerente	Multipropiedad. Empresa colectiva. No tiene por qué haber coincidencia entre propietario y gerente. Los propietarios son los accionistas
Escasa inversión de las ganancias	Invierte las ganancias antes que repartir dividendos
Dirigida desde una sola oficina	Es dirigida desde varios departamentos
Única contabilidad, cada dpto. tiene su propia contabilidad	Se pueden auditar por separado y puede funcionar como una empresa independiente
Mono productiva. Se ocupa solo de una única función económica	Poli productiva. Se ocupa de varias funciones económicas
Comercializa un solo producto o un reducido grupo de productos, normalmente del mismo tipo	Comercializa varios productos y de distintos tipos
Opera en una sola área geográfica, comarca o provincia como mucho	Puede comerciar en todo el mundo

Fuente: Alfred D. Chandler, Strategy and Structure, 1962
Elaborado por: Mercedes Ramírez.

2.3.2. Industria cultural y productos culturales

Un producto cultural se define como un producto fabricado por el hombre a través del cual manifiesta los valores sociales e identidades de un grupo o nación a la que pertenece; por lo tanto, un producto cultural es aquel que tiene un valor de consumo que contribuye a la reproducción de propuestas ideológicas, sociológicas y económicas. La definición del producto cultural se basa en el desarrollo de la industria y el modelo económico el cual ha masificado el acceso a los productos culturales (Téllez, sf) (ver Gráfico 12).

GRÁFICO 12
CONSUMO DE PRODUCTOS CULTURALES



Fuente: Othón Téllez (sf).
Elaborado por: Carla Orna.

La industria cultural se refiere a las industrias que combinan la creación, producción y comercialización de contenidos que son por naturaleza culturales e intangibles. Estos contenidos pueden ser bienes o servicios y son protegidos por derechos de autor. De acuerdo a los contextos, algunas industrias son conocidas como industrias creativas; estas industrias generalmente incluyen publicidad, multimedia, productos audiovisuales, fotográficos y cinematográficos. Este tipo de industria se caracterizan por el valor agregado que añaden tanto para el producto como para el consumidor (UNESCO, 2000).

La UNESCO (2000) define a los productos culturales como aquellos que se producen en las industrias de medios escritos, radiodifusión, cine y grabación, y que transmiten ideas, símbolos y modos de vida. Los productos culturales son creaciones de una cultura en particular y pueden ser tangibles (juguetes, caricaturas, comida, libros, ropa, obras de arte, películas, equipos deportivos, entre otros) y no tangibles (música, lenguaje, baile, sistemas educativos, entre otros). Asimismo, cualquiera que sea el producto cultural, su presencia en el mercado es justificada por ideologías de la cultura que los creó y las prácticas en dicha cultura implican el uso de ese producto (Phillips, 2003).

En el caso de Estados Unidos, entre sus productos culturales más conocidos a nivel mundial están las series de televisión como *I love Lucy*, *Friends*,

los Simpsons, Breaking Bad y Padre de familia (CNN, 2015). Las películas más vistas en el siglo XX han sido estadounidenses, entre ellas están *Star Wars, el Rey León, Titanic* y *la Noche Oscura* (Nafria, 2015). Entre los cómics más vendidos del mundo están el *Capitán América, Superman, Batman* y *X-men* (Marvel, 2017).

2.3.3. Influencia de los productos culturales en la construcción de una sociedad hegemónica

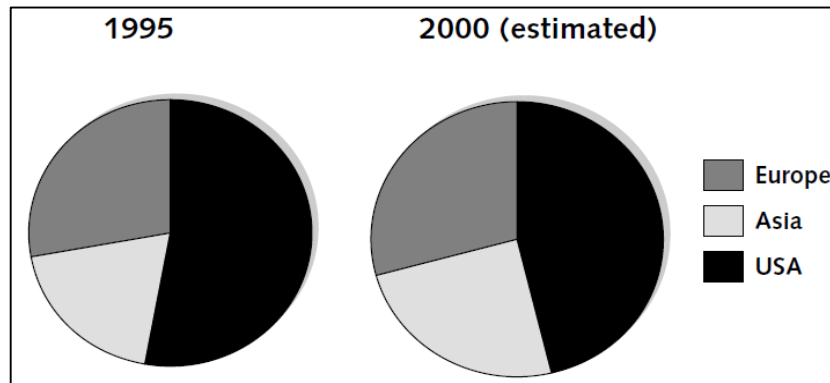
La producción masiva de productos culturales y la integración de los mercados ha motivado a que los consumidores puedan comprar sus productos en tiendas nacionales e internacionales (UNESCO, 2000). Es importante entender que los consumidores de productos culturales se caracterizan por la identificación y vínculo que tienen con el objeto, porque el consumidor no solo satisface un gusto, sino que existe una interrelación y esto le puede acercar a una nueva cultura y alejar de otra. En efecto, un producto cultural está compuesto por varios signos y símbolos que incitan directa o indirectamente al consumo de este tipo de bien (Téllez, sf).

En términos democráticos, la reproducción masiva y el fácil acceso a los productos culturales son parte de la cultura estadounidense. El consumo masivo se debe al fácil acceso a los mismos (Cismas, sf). Desde 1960 hasta el 2000 Estados Unidos ya tenía una población de casi 282 millones de personas; no obstante, en el mundo para ese entonces ya existían 6 mil millones de personas (Banco Mundial, 2018). Por lo tanto, es evidente que la industria cultural es parte del modelo tradicional de mercado (producción y consumo) y de ahí que el crecimiento de la industria de productos culturales haya aumentado exponencialmente. Este tipo de productos ha tenido acogida de tal manera que son el pilar de información de la sociedad (UNESCO, 2000).

El mercado global de los productos culturales ha impactado ciudadanos, negocios y gobiernos, ya que los bienes y servicios de la industria cultural expresan y construyen valores culturales, producen y reproducen identidad cultural y contribuyen a la cohesión de una sociedad (UNESCO, 2000). La industria cultural más grande a nivel mundial es la de Estados Unidos y por ello

se encuentra dentro de los países que más exporta productos culturales (ver Gráficos 13 y 14).

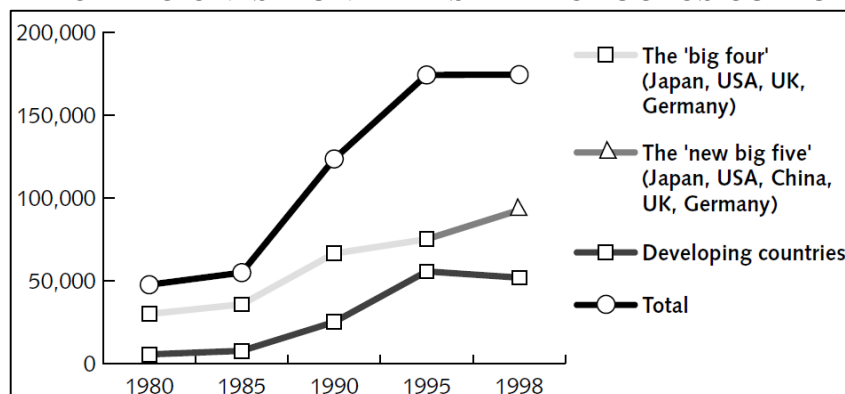
GRÁFICO 13
MERCADOS MUNDIALES DE LA INDUSTRIA CULTURAL



Fuente: (UNESCO, 2000)

Elaborado por: Booz- Allen & Hamilton (1990).

GRÁFICO 14
EXPORTACIONES MUNDIALES DE PRODUCTOS CULTURALES



Fuente: UNESCO

Elaborado por: (UNESCO, 2000)

Conforme a lo mencionado anteriormente, los productos culturales y su industria como tal son parte del modelo económico de producción, comercio y consumo. En ese sentido, al exportar los bienes y servicios culturales, se afirma el hecho de que la globalización promueve las redes de interdependencia en varios aspectos, entre ellos el cultural. La existencia de estas redes entre los distintos actores (gobierno, empresa y sociedad) contribuye a que los acontecimientos ocurridos en una zona geográfica específica puedan repercutir en otras zonas geográficas (Nye J. , 2003). “...La cultura estadounidense terminará por imponerse, uniformizando al mundo entero, y aniquilando la rica floración de diversas culturas que todavía ostenta...” (Llosa, 2000, pág. 1).

Así, el desarrollo tecnológico es una causa y consecuencia de la globalización. Éste ha fortalecido el uso del poder blando de los países, en particular el de Estados Unidos como se observó en la Gráfico 8 respecto de los recursos disponibles de los países para medir su poder blando al ocupar el primer lugar en la categoría educación, cultura y digital (Portland Communications, 2017). Al entender los conceptos de globalización, poder blando y producción masiva de productos culturales se puede analizar de mejor manera el poder encarnado en los productos culturales, así como la construcción de una hegemonía cultural (Stiglitz, 2002).

En conclusión, el objetivo de explicar el fenómeno de la globalización, causa principal de la americanización del mundo y la expresión del poder blando con la existencia de productos culturales de empresas transnacionales que influyen en el imaginario social sobre valores, formas de vida entre otros, se cumple , ya que el fenómeno de la globalización liderada por Estados Unidos ha causado la americanización del mundo en las dimensiones políticas, económicas y culturales, debido a las redes de interdependencia que tienen los actores del sistema internacional en un mundo globalizado. Por ende, el poder blando se manifiesta dentro de la globalización con la existencia de empresas transnacionales estadounidenses y la fabricación de los productos culturales mismos que son consumidos por sociedades que se identifican con la cultura que los produce.

A continuación y con el objetivo de entender cómo los conceptos de hegemonía, globalización, poder blando y producto cultural explican la construcción de una hegemonía cultural estadounidense, se estudia el caso del cómic Capitán América creado por la industria Marvel realizando una breve reseña histórica de la industria del cómic en Estados Unidos, la descomposición semiótica del personaje y una breve descripción de la historieta. El Capitán América es un ejemplo de producto cultural que influyó en el imaginario social dentro y fuera de Estados Unidos durante los hitos históricos importantes del Siglo XX, y así contribuyó en la cimentación del poder estadounidense sobre otras naciones en lo político, económico y cultural.

CAPÍTULO III

LA CREACIÓN DE LA INDUSTRIA MARVEL Y SU ALCANCE EN LA SOCIEDAD ESTADOUNIDENSE Y GLOBAL A TRAVÉS DE LA MASIFICACIÓN DEL CAPITÁN AMÉRICA – ANÁLISIS SEMIÓTICO

3.1. La Industria Marvel

La industria del cómic en Estados Unidos es una de las más importantes dentro de los medios de comunicación, ya que refleja los intereses y las identidades de la ciudadanía estadounidense, a través de novelas gráficas, mismas que evolucionan a lo largo de los años, en congruencia con los principales hitos históricos mundiales en los que Estados Unidos ha participado (Schlesinger, 2010). Dado su protagonismo militar y político en los eventos del siglo XX, la tendencia de los cómics se ha marcado por superhéroes que salvan el mundo de los diversos enemigos, así surgió la metáfora del Capitán América, un cómic exitoso de la industria que nació en un contexto importante para Estados Unidos y el mundo, lo que justifica su éxito y la réplica del cómic en otros productos culturales de consumo masivo (Sanderson, Roach, & Mangels, 2017).

En este capítulo, se realiza una breve reseña histórica del cómic y su evolución hasta el siglo actual, para comprender el desarrollo y evolución de la industria del cómic en Estados Unidos, el surgimiento de Marvel y la creación de su personaje, el Capitán América, y el éxito comercial y alcances post-cómic del mismo.

3.1.1. La industria del cómic de los Estados Unidos

El diccionario Merriam Webster (2018) define al *comic book* como una revista que contiene secuencias de historietas, generalmente con guiones, en uso atributivo. Los cómics nacen en Estados Unidos desde el siglo XIX y se popularizaron debido a su difusión en medios impresos de historias como *The Yellow Kid*, *Katzenjammer Kids*, y *Mutt y Jeff*, mismos que compartían cualidades humorísticas. En 1929, Dell Publishing experimentó con una publicación llamada “*The Funnies*” que contenía historietas, chistes y juegos, pero no tuvo éxito. En

1933 Max Gaines y Harry Wildenberg se dieron cuenta de que la podían comercializar con mercancías y los productos de regalo; por lo que realizaron 10.000 copias de lo que se vendría a llamar “*Famous Funnies: A Carnival of Comics*” para *Procter and Gamble*. El éxito produjo impresiones para productos con manufacturas orientadas a la juventud (Schlesinger, 2010).

El tono de las historietas fue influido por los contextos políticos, económicos y sociales del mundo en los cuales Estados Unidos tuvo participación. Previa a la publicación de “*The Funnies*”, la mayoría de los cómics fueron parte de revistas o periódicos y no eran vendidos por separado. Esto provocó que la mayoría de las historietas producidas en esta época no hayan prevalecido y sean muy pocas, como *Popeye* y *Tarzán*, las que han sobrevivido al día de hoy (2018). En 1934 se produjo “*Famous Comics #1*”, y fue vendido a 10 centavos, un costo alto, teniendo en cuenta que a la época, el ciudadano promedio hacía menos de 25 dólares a la semana. “*New Fun Comics*”, que en un futuro vendría a ser “*Detective Comics*” (DC), fue publicado en 1935, y vio el nacimiento de superhéroes como *Aquaman* y *Green Arrow*. En 1938 y 1939 surgieron los cómics de *Superman* y *Batman*, que generaron un cambio en la forma de ver al cómic y pasó de ser un grupo de historietas que leían los niños a familias enteras leyendo las aventuras de un superhéroe, lo cual causó una explosión dentro de la cultura pop³³. Es probable que sin éstos superhéroes la industria del cómic no sea lo que es hoy en día (Ramsey, 2013).

A través de los cómics se refleja la cultura, lo que ayuda a evidenciar la evolución cultural estadounidense. Durante la Gran Depresión surgió “*Mickey Mouse Magazine*”, una historia simple de un personaje icónico de *Disney* que cuenta cómo derrotó a un gigante, salvó una villa y se ganó el corazón de la princesa *Minnie*. Décadas más tarde surge *Mickey Rat* en el cómic “*The King of the Rotten Stuff*”, un personaje más vulgar que representa los elementos negativos de la sociedad (ver Figuras 1 y 2). Otro ejemplo es el de *Detective Comics*, que en 1937 publicó una historieta con un villano de origen chino con características que exageraban los estereotipos. En el 2016, dentro de una cultura más sensible a los

³³ Se refiere a la cultura popular en donde los productos culturales como música, arte, baile, películas, moda y literatura que son consumidos por la mayoría de la sociedad (Universidad de Buenos Aires , 2014).

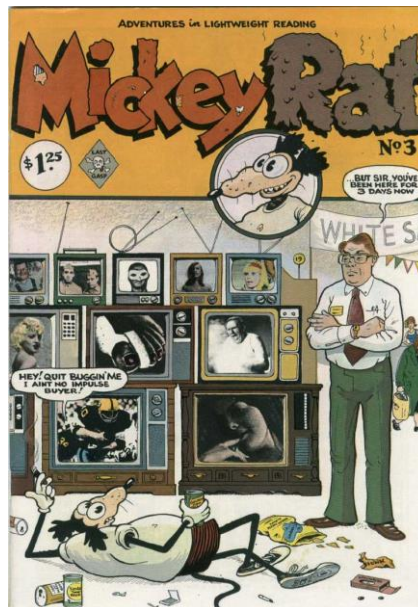
conflictos raciales y de género, la empresa que en los 30 difundió una imagen estereotípica de los chinos, realizó una reintroducción de un Superman chino (ver Figuras 3 y 4) (Hartsell, 2017).

FIGURA 1
PORTADA DE MICKEY MOUSE
MAGAZINE



Fuente: (MyComicShop, 2018)
Elaborado por: (Stanley & Brecher, 1936)

FIGURA 2
PORTADA DE MICKEY RAT N°3



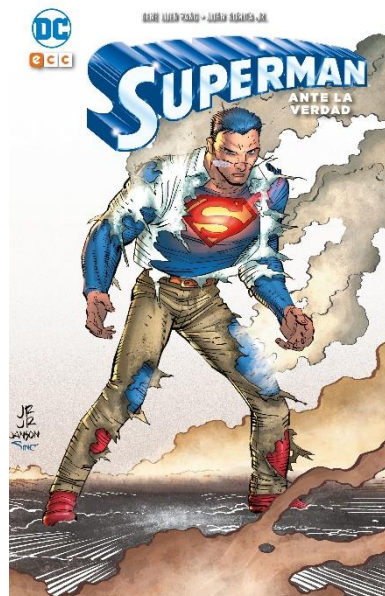
Fuente: (Busy Beaver Button Museum, 2018)
Elaborado por: (Armstrong, 1980)

FIGURA 3
PORTADA DE DETECTIVE
COMICS #1, 1937



Fuente: (Comic Book Brain, 1918)
Elaborado por: (Wheeler-Nicholson, 1937)

FIGURA 4
PORTADA DE SUPERMAN:
ANTE LA VERDAD



Fuente: (ECC Cómics, 2018)
Elaborado por: (Luen Yang & Romita, 2017).

Durante la década de los 40 en la que nacieron el Capitán Marvel y el Capitán América. A pesar de los infortunios que ocurrieron durante la II Guerra Mundial, la industria del cómic tuvo un auge, pues las tropas estadounidenses vieron la necesidad de entretenerse en la guerra. De hecho, casi un 30% de los materiales de lectura enviados a los combatientes en el evento bélico, eran cómics. La guerra tendría otra influencia sobre la industria, que se puede ver incluso hoy en día: dado que el papel durante este período tuvo una demanda alta, pues se utilizaba papel para una gran variedad de implementos utilizados en la guerra (desde explosivos hasta cajas para transportar los insumos), periódicos y cómics fueron necesarios para los esfuerzos de guerra. Esto provocó la destrucción de cómics, haciendo que hoy en día las historietas de ésta época tengan precios altos³⁴ (Ramsey, 2013).

En los albores de la industria del cómic, los villanos fueron secuestradores, ladrones y pillos; sin embargo, durante la II Guerra Mundial, el contexto motivó a que existan nuevos héroes patrióticos que detengan a enemigos como Hitler. El impacto fue tal, que el mismo Hitler prohibió los cómics estadounidenses, en especial los de superhéroes y *Superman*, diciendo que eran judíos. Lo que no sabía era que los creadores de algunos personajes de hecho lo fueron. Prohibió la mayoría de los cómics estadounidenses excepto el de *Mickey Mouse* porque era su favorito (Hyde, 2009).

La década de los 50 generó un cambio en el tono de las publicaciones de los cómics. Surgieron nuevos géneros de las historietas: romance, del oeste, horror y crimen; sin embargo, las ventas de los cómics disminuyeron pues se vincularon a las historietas de horror y crimen con la delincuencia juvenil. Por otro lado, las empresas clásicas continuaron con la producción de cómics, creando nuevos personajes como *Flash* y *Green Lantern*, y, revitalizando los personajes como *Superman*, *Wonder Woman* y *Batman*. Las siguientes décadas vieron el nacimiento de héroes como *Spiderman* y *X-Men*. En los 80, surgieron nuevos creadores como *Alan Moore* y *Art Spiegelman*, quién ganó un premio Pulitzer por su publicación *Maus* (Ramsey, 2013).

³⁴ Action Comics #1 fue subastado en 2.1 millones de dólares (Ramsey, 2013).

Los héroes de los cómics nacen en contextos políticos, económicos y sociales difíciles, y la sociedad estadounidense se ha identificado con ellos a lo largo del Siglo XX y en el siglo actual; por lo que se ha dado un resurgimiento de los cómics hoy en día a través de medios de comunicación visuales. Desde series de televisión basadas en cómics, como *The Walking Dead* o *Green Arrow*, hasta películas, como *The Avengers* o *Ironman*, han promovido el crecimiento de la industria. En efecto, la segunda película más taquillera de todos los tiempos es “*The Dark Knight*”, y, el hecho de que el actor Heath Ledger que actúa el papel de El Guasón (y ganó un Óscar póstumo) haya basado su actuación en los elementos originales de la personalidad del villano, es un claro ejemplo de que la industria del cómic en Estados Unidos sigue siendo relevante, respetada e inspiradora (Hyde, 2009).

3.1.2. Surgimiento de la industria Marvel y nacimiento del Capitán América

Marvel Worldwide, Inc. es una editorial estadounidense que surge en 1939 con el nombre Timely Comics. Su producción se enfocó en la creación de superhéroes ficticios en diferentes tramas: terror, acción, comedia, entre otros. A inicios de la II Guerra Mundial (1941), varias editoriales caricaturizaban los enfrentamientos entre los nazis y superhéroes, razón por la que nace el Capitán América bajo la autoría de Joe Simon y Jack Kirby. El personaje del superhéroe llegó a ser uno de los más famosos de la empresa, hecho que sucedió incluso antes de que Estados Unidos hiciera oficial su participación en el conflicto bélico. Por tanto, una vez que el país declaró la guerra en contra de Alemania, el público acogió la política antinazi, lo cual hizo alcanzar ventas de millones de ejemplares (Marvel, 2017).

El nacimiento de Marvel y la creación del Capitán América, un símbolo patriótico para la sociedad estadounidense, definen cómo una población se construye bajo la influencia de los productos culturales: “...ser norteamericano constituye un compromiso ideológico. No se trata del nacimiento. Quienes rechazan los valores norteamericanos dejan de ser norteamericanos” (Lipset, 2000, pág. 34).

Con la creación del personaje, los autores del Capitán América, Joe Simon y Jack Kirby, pusieron de manifiesto su espíritu liberal estadounidense. En efecto, el invento de un súper soldado fue una contribución para fortalecer el sentimiento de lucha en contra de los países del eje. La primera aparición del Capitán América fue nueve meses antes del ataque a Pearl Harbor (Gray, 2014; Garasik, 2013: 22). Los creadores del Capitán América aseguraron que el nacimiento de la primera versión del cómic fue consciente y deliberadamente política; ambos inventores estaban en total desacuerdo con las acciones nazis desde Alemania y usaron el personaje para expresar su opinión respecto de una guerra inevitable (Voger, 2011).

El personaje del Capitán América, *per se*, nace en marzo de 1941 en el entorno de la II Guerra Mundial, periodo en cual se registró su mayor éxito (Gray, 2014). Steve Rogers es el nombre del soldado estadounidense, bajo el uniforme de colores rojo, azul y blanco, representa el *alter ego*³⁵ de un soldado común a un súper soldado patriota que pelea contra los países del eje (Alemania, Japón e Italia) defendiendo a los aliados (Estados Unidos, Rusia, Francia, Reino Unido, entre otros) (Marvel, 2017). Esta descripción señala que Marvel Comics creó al Capitán América como un símbolo viviente de los valores estadounidenses (Marvel, 2017). La industria Marvel inició con la creación de comics, sin embargo, con el tiempo ha logrado visualizar la historia de los superhéroes a través del cine y la televisión; actualmente (siglo XXI) tienen sus propios estudios de producción de películas y han construido el universo cinematográfico de Marvel (Marvel, 2017).

Según Mark White (2014), profesor de filosofía de la Universidad de Nueva York, los ideales americanos aplican para todo el mundo y no se limitan a los estadounidenses. Es así que los “poderes” atribuidos al Capitán América alcanzan la perfección del ser humano en varios aspectos. A pesar de haber sido sometido a un proceso químico para desarrollar sus capacidades y habilidades, el súper soldado se caracteriza por su inteligencia, fortaleza, agilidad, velocidad y resiliencia. En particular este personaje de Marvel no posee poderes sobrenaturales, puesto que se identifica por ser la versión potencializada al

³⁵ El otro yo, es decir la capacidad de mejoramiento en varios aspectos físicos y morales del ser humano para destacar todo su potencial (White, 2014).

máximo de un ser humano y, por tanto, requiere de un escudo para protegerse y de sus habilidades marciales (Enciclopedia Marvel, 2015).

Al ser un superhéroe mortal, el Capitán América se asocia con la idea de un ser humano que tiene la capacidad de potencializar sus habilidades con el fin de servir a favor de sus ideologías y propósitos; este superhéroe es descrito como aquel que lucha por la verdad y la justicia (Marvel, 2017). Es así como el Capitán América siempre representará los principios estadounidenses de libertad, igualdad y justicia, y, a su vez, virtudes: humildad y coraje (White, 2014). Cabe señalar también que el cómic creado por Marvel intenta describir los valores bajo los cuales el gobierno estadounidense actúa.

En ese sentido, desde la sociedad dentro y fuera de Estados Unidos, el personaje ha inspirado admiración a los valores y atributos que el Capitán América representa (White, 2014). Ésta es una muestra de cómo el poder blando actúa, pues los fans del cómic probablemente se sientan mucho más identificados con Estados Unidos que con su propia cultura, lo cual impacta inclusive en el consumo.

3.1.3. Éxito comercial del Capitán América y masificación del cómic en otros productos culturales

Los inicios del Capitán América, también referido como el “Centinela de la Libertad”, presentaron una historia sencilla, pero que se identificaba muy bien con el sentimiento nacional de la época: Steve Rogers, un muchacho delgado con ansias de ingresar al ejército, entra a un programa secreto en el que surge como un súper soldado y pelea contra los nazis (Enciclopedia Marvel, 2015). Sus historias fueron unas de las mejores vendidas durante la época dorada del cómic. Después de las primeras 10 exitosas ediciones del Capitán América, la competencia de Timely Comics (que en un futuro pasaría a ser Marvel), se llevó a los principales editores de los cómics y la responsabilidad pasó a manos de escritores como Stan Lee y Jack Kirby. El final de la II Guerra Mundial provocó una disminución en ventas en los cómics de superhéroes; por lo que para 1954, el Capitán América fue cancelado. Diez años después, y como efecto del resurgimiento de los héroes debido al contexto de Guerra Fría, se abrió la

oportunidad para que el Capitán América reviviera y se unió al grupo de Los Vengadores (Sanderson, Roach, & Mangels, 2017).

La popularidad del icónico personaje hizo que desde 1984 ya existan deseos de llevar el cómic del Capitán América a la gran pantalla. Después de seis años de planeación, en ambientes de desarrollo poco favorables del desaparecido estudio *Cannon Group*, y tras ser transferidos los derechos del Capitán América al copropietario del estudio, Menahem Golan, llevó el proyecto a la *21st Century Film Corporation*, la película debutó en 1990 y no tuvo éxito, debido a las deficiencias en la construcción de personajes y el guion. Este fracasado debut, en una época en la que las películas de *Batman* de Tim Burton vistas como grandes producciones, relegó al Capitán América de la pantalla grande al olvido (Krcatovich, 2014).

La industria del cómic impreso de superhéroes ha cambiado durante los últimos 30 años. En 1990, si un cómic de *Spiderman* vendía 70 mil copias, éste hubiese sido considerado un fracaso. Hoy en día (Siglo XXI), si un cómic vende 40 mil copias impresas, éste puede ser considerado un éxito. El cómic *per se* ha disminuido sus ventas alrededor del mundo por una serie de factores: nombres confusos, rotación de artistas, altos costos del cómic, además de la aparición de diferentes héroes en las historias de cada uno con la fin de que los lectores de una línea tengan que comprar a más cómics de otros superhéroes para entender qué es lo que está pasando; además el desarrollo de la tecnología que hace que los consumidores prefieran consumir en línea (Elbein, 2017). Sin embargo, el Capitán América sigue permaneciendo como el quinto cómic más vendido de todos los tiempos, con un total de ventas que supera los 210 millones de ejemplares alrededor del mundo desde sus inicios, sin olvidar que el ejemplar “*Captain América #25*” es el segundo más vendido (Benuvento, 2016).

En 1993, surgió una pequeña burbuja alrededor de la industria del cómic: la apertura de demasiadas tiendas de cómics y una serie de malas decisiones por parte de Marvel, además de la muerte de *Superman* en 1992 (que provocó que los lectores pierdan interés en los cómics), llevó a que Marvel se encuentre en banca rota para el año 1996. Sin embargo, es importante tener en cuenta que las causas

de la banca rota no fueron las ventas de cómics si no que los dueños de la compañía la hundieron en deudas comprando empresas. Eventualmente la deuda no fue sostenida por más tiempo. La compañía surge una vez más, cuando empieza a recibir regalías por varios segmentos diferentes: el licenciamiento, la publicación de cómics y la producción de juguetes y películas (McKracken, 2017).

El Capitán América fue nombrado por la revista IGN como el sexto mejor superhéroe de todos los tiempos. Hoy en día es una figura fácilmente reconocible; sin embargo, hubo un tiempo en el que el Capitán fue el personaje de cómics más reconocido sin una película o serie de televisión exitosa. En 1944 surgió una serie de televisión, en 1979 salieron 2 películas para televisión y en 1990 una película para el cine, sin llegar a ser consideradas un éxito (McEniry, Mosses Peaslee, & Weiner, 2016).

La oportunidad para el personaje vino en 2011, año en el cual se estrena “*Captain America: The First Avenger*”. La película fue la última en la construcción de “*The Avengers*” (McEniry, Mosses Peaslee, & Weiner, 2016), y que forma parte de la franquicia de películas más exitosa de todos los tiempos: “*Marvel’s Cinematic Universe*”³⁶, y que ha recaudado más de 12.5 mil millones de dólares (Virtue, 2017). El Capitán América, dentro de la franquicia cinemática de Marvel Comics, es uno de los personajes más importantes, no solo para la historia, sino también por la recaudación de taquilla. Cuenta con tres películas: “*Captain America: The First Avenger*” con una recaudación de aproximadamente 370 millones de dólares; “*Captain America: The Winter Soldier*” cuya recaudación fue de aproximadamente 714 millones de dólares; y, finalmente “*Captain America: Civil War*” que recaudó 1.153 millones de dólares y es la décimo quinta película de mayor éxito comercial en la historia del cine (Box Office Mojo, 2018).

El éxito de taquilla que las películas de Marvel tuvieron antes de la creación del MCU promovió que el gigante Disney compre a Marvel por una suma de 4 mil millones de dólares, lo que provocó diversas reacciones de los fans de los

³⁶ MCU: Marvel Cinematic Universe

cómics. Hoy en día, sin embargo, la adquisición de Disney ha generado grandes ganancias para la empresa, impulsando un cambio en las acciones de 26 dólares por acción en el 2009 a 100 dólares por acción al 2015 (Ingram, 2015).

Una vez que se ha estudiado la historia de la industria del cómic, la creación del Capitán América desde Marvel y su éxito comercial, es importante entender los mensajes que simbolizan y expresan el cómic del Capitán América, mismos que están relacionados con el éxito que alcanzó el cómic durante el Siglo XX como producto cultural consumido dentro y fuera de Estados Unidos.

3.2. Marco metodológico y aproximaciones denotativas del Capitán América

La semiótica es el estudio de los signos, que pueden ser leídos desde la denotación³⁷ o la connotación³⁸, convirtiéndose finalmente en símbolos que no son más que signos artificiales convencionalizados que se descomponen como códigos. Los productos culturales son composiciones complejas de signos en coexistencia que buscan transmitir simbólicamente variadas características de poder blando hacia otras culturas. En el caso de los cómics, es preciso entender, previo al análisis de los signos y símbolos, la construcción de sus tramas y personajes típicos (Eco, 1968), todo esto con el fin de poder tener una visión holística de su fisonomía conformada en un determinado contexto, capaz de readaptarse para immortalizarse en el tiempo y el espacio gracias a hitos históricos como puntos remarcables de la historia que modificaron parcial o totalmente el *status quo*.

El presente subcapítulo busca explicar la base metodológica de la investigación: la semiótica (con denotación, connotación, tipología de los signos y niveles de decodificación de los símbolos) y la construcción de tramas y personajes típicos de Umberto Eco. Como punto de inicio del método semiótico y nexa con el siguiente subcapítulo, se da pie a las primeras lecturas denotativas de

³⁷ “Significado primario y básico de una palabra común a los hablantes por estar ausente de subjetividad” (Real Academia Española, 2018).

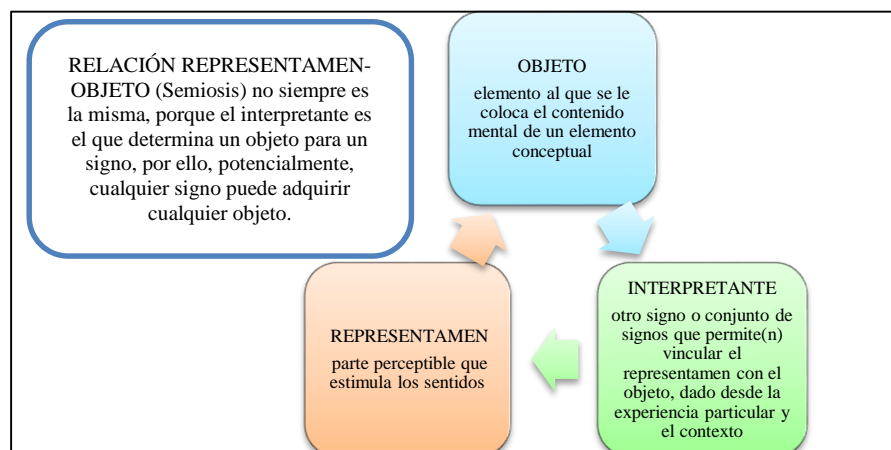
³⁸ “Sentido o valor secundario que una palabra, frase o discurso adopta por asociación con un significado estricto” (Real Academia Española, 2018).

la heráldica para vestir al soldado y a sus implementos militares bajo representaciones simbólicas de su nación.

3.2.1. La semiótica como método para descifrar los símbolos del Capitán América

En la comunicación de la vida diaria, según Barthes (1971) desde la visión post-estructuralista de la semiótica, el ser humano no ve las denotaciones sino las connotaciones. Los signos son entidades dinámicas cargadas de significación³⁹ dentro de una semiósfera⁴⁰ que adquieren nuevos y diversos significados gracias al proceso de semiosis⁴¹, ratificando lo enunciado por Barthes. Por denotación se entiende a lo comúnmente conocido como definición literal observando al signo como una entidad dual, cuyas partes son el significante y el significado (Aristóteles, 1982). Sin embargo, la connotación implica un tercer componente – el interpretante- que genera una experiencia particular del significante –el representamen-, connotando así al significado –el objeto- (Chávez, 2018). En el gráfico 15 se observa la Triada de Pierce que explica las tres partes del signo en la connotación.

GRÁFICO 15
TRIADA DE PIERCE



Fuente: (Chávez, 2018).
Elaborado por: Carla Orma

³⁹ Posibles lecturas del signo.

⁴⁰ Contexto específico donde se utiliza un signo, llamada por Sebeok (1972) *Umwelt* o cultura.

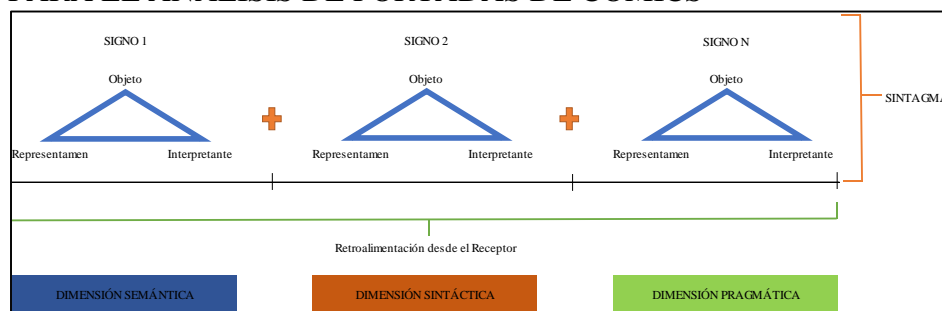
⁴¹ “Capacidad de todo signo de representar cualquier objeto en virtud de un interpretante como resultado de su dinámica interna y su combinación con otros signos”.

En su misma obra, Pierce (1961) manifiesta que los signos poseen una clasificación tripartita: la Tricotomía de Pierce, basada en la relación representamen-objeto. Si la relación es de semejanza topológica y lógica metafórica se habla de un ícono. Si la relación es, más bien, metonímica bajo una lógica de continuidad, el signo es un índice o indicio. Finalmente, si el signo tiene una relación artificial y su significación es arbitraria, convencionalizada y se reproduce por aprendizaje no siempre razonado, se hablaría de un símbolo. Retomar el sentido de la denotación permite reconocer los orígenes de los signos que se han convertido en símbolos.

Finalmente, según Eco (2000) y Guiraud (1972), los signos en coexistencia son estudiados a partir de las tres dimensiones de los códigos: la semántica, la sintáctica y la pragmática. La semántica es el nivel de articulación de la parte expresiva -significante- con la parte conceptual interna -significado- del signo. La sintáctica es el conjunto de reglas que permiten organizar el sintagma –conjunto de signos- bajo la lógica de jerarquía y distancia de los signos. En las portadas de cómics, sus tramas y personajes típicos están manifestados en signos que coexisten y, por tanto, el sintagma no está ordenado de manera cronológica, dejando al receptor la libertad de iniciar y terminar su lectura por los puntos que más le llamen la atención. Como punto final, la pragmática engloba el conjunto de leyes que rigen la práctica, uso y reacciones de los receptores ante el mensaje. Este último nivel de lectura de los códigos es el que permite construir y reconstruir la cultura. En ese sentido, desde la perspectiva constructivista las personas construyen el mundo del que forman parte, la comprensión de los símbolos es el resultado de la información preconcebida como sociedad (Onuf, 2014). Así, los mensajes transmitidos configuran el imaginario social y generan identidades que se manifiestan en los intereses de los Estados y su comportamiento en el sistema internacional (Wendt, 2005).

A continuación en el gráfico 16, se muestra la metodología para el análisis en función del objeto de estudio de personajes típicos y sus tramas plasmadas en portadas de cómics.

GRÁFICO 16
DIMENSIONES DEL CÓDIGO SEGÚN GUIRAUD PLANTEADAS
PARA EL ANÁLISIS DE PORTADAS DE COMICS*



*Adaptación de la metodología en función del objeto de estudio de la investigación ⁴²

Fuente: (Chávez, 2018).

Elaborado por: Carla Orna

Tras esta breve aproximación conceptual de los elementos de la semiótica pertinentes a la investigación, la metodología planteada es la siguiente:

- I. En el apartado 3.2.3. se hace una breve aproximación a la historia de la heráldica y la conformación de los ejércitos y soldados, sus indumentarias, armamento y elementos diferenciadores (banderas, escudos, colores, etc.), con el fin de obtener un primer nivel de denotación sobre estos elementos y observarlos desde la tipología de los signos bajo la categoría de íconos.
- II. A continuación, a lo largo de todo el subcapítulo 3.3. se expone una detallada reseña cronológica de la trama del cómic “Capitán América”, en función de la metodología dispuesta en el apartado 3.2.2., todo esto debido a la necesidad de obtener un contexto para poder dar una lectura interpretativa pertinente a los símbolos del objeto de estudio.
- III. Posteriormente, gracias a la denotación y contextualización desde la construcción de la trama y el personaje típico, se realiza en el apartado “Análisis” una lectura connotativa de los indicios y símbolos del “Capitán América”, a través de los tres niveles o dimensiones de los códigos: semántica, sintáctica y pragmática. Especialmente los dos últimos niveles dan pie para comprender al objeto de estudio como producto cultural que encarna los valores estadounidenses, pero también como elemento reproductor de dichos valores para mantener la hegemonía estadounidense,

⁴² Tomado del capítulo de metodología semiótica de la disertación de grado de la Srta. Cynthia Chávez de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. El documento aún no está publicado y está en proceso de revisión de lectores en el momento de escritura de esta tesis (2017-2018). La autora ha permitido el uso de este cuadro en el presente trabajo.

todo esto desde la correlación con los teóricos Onuf (1998), Wendt (1995) y Gramsci (1978).

3.2.2. Eco: La construcción de tramas y personajes típicos como símbolos morales

Umberto Eco (1968) explica que la relación del lector con el personaje típico (nivel pragmático de la semiótica) no se da meramente a nivel contemplativo, sino de forma práctica en un sentido moral e intelectual. Esto se observa en la emoción vivida por el personaje, pero asumida (aceptada o rechazada) por el lector gracias a una conexión con su propia historia psicológica personal desde el reconocimiento. Eco define al personaje típico como una abstracción conceptual que, según el romanticismo revolucionario de Máximo Gorki, debía centrarse en la producción del personaje desde el positivismo ideal sumado a la complejidad problemática de una vida humana. Así, tanto Marx y Engels (1962) como Lukács enfatizan en la conformación del personaje típico como un “individuo perfectamente concreto, un ‘ese hombre’” (Eco, 1968, pág. 220).

Si bien ya se ha hablado sobre la relación sociológica del personaje con el lector, también es importante entender su ontología como reflexión estructurada del objeto estético. No obstante, previo a este paso es preciso centrar la atención en la mimesis de la acción para comprender la construcción de tramas que no son más que la imitación de comportamientos humanos, espacios en los que el personaje típico se vuelve “explícito y asume una fisonomía y un carácter” (Eco, 1968, pág. 223). Así, la mimesis o imitación cumple con dos características fundamentales: 1. Está basada en la capacidad productiva de dar vida a hechos que parezcan verosímiles gracias a su estructura, pudiendo basarse en acontecimientos reales pero sin caer en una reproducción literal de los mismos; y, 2. La acción se nutre de tres componentes: la sucesión de hechos exteriores, el discurrir externo del personaje para clarificarse hacia el lector y el discurrir interno del personaje como introspección psicológica que hace que se clarifique para sí mismo (Eco, 1968, págs. 223-224).

Retomando la reflexión ontológica del personaje, ésta surge del contexto de la trama arriba explicada y se nutre de su “fisonomía completa, no solo exterior, sino también intelectual y moral” (Eco, 1968, pág. 225). Para Lukács, el personaje es típico si hay nexos entre sus rasgos como héroe y los problemas de la época en la que vive, asumiéndolos como propios desde su individualidad. No obstante, según Eco basado en Lukács, la excepcionalidad como realidad social típica que trasciende las fronteras temporales

(...) es necesaria para extraer al personaje de medianía estadística y erigirlo como modelo ideal que reúna en sí, no los caracteres accidentales de la realidad cotidiana, sino los caracteres “universales” de una realidad ejemplar (Eco, 1968, pág. 227).

Este proceso de reconocimiento intelectual y moral del lector hacia el personaje típico (relación pragmática) constituye, según Eco, una paradoja: el lector puede conocer, en el caso de esta investigación, al Capitán América mejor que a su propio padre. Y esto se debe a que la trama muestra todo aquello que interesa al lector sobre el personaje, ya que “el arte elige y compone únicamente aquello que cuenta para los fines de una acción y de su orgánico y verosímil desarrollo” a diferencia de la vida y la historia en las que suceden hechos tan diversos y complejos imposibles de ser concatenados completamente (Eco, 1968, pág. 228). De esta manera, el personaje es eficaz cuando posee “una calibrada relación entre medios y fines”, entendiendo por “calibrada” a una exacerbada aceptación de elementos miméticos a la historia real imposibles de suceder en la vida real, tal y como lo sugiere Lukács (Barilli, 1958, pág. 343):

El conocimiento profundo de la vida no concluye nunca en la observación de la realidad cotidiana, sino que consiste en la capacidad de tomar los elementos esenciales e inventar, basándose en éstos, caracteres y situaciones que son totalmente imposibles en la vida cotidiana, y que sin embargo son capaces de revelar, a la luz de la suprema dialéctica de las contradicciones, aquellas tendencias y aquellas fuerzas operantes, cuya acción apenas es visible en la penumbra de la vida de todos los días.

Esta manipulación, elección y composición –el hacer del arte- es la que finalmente otorga la categoría de símbolo al personaje típico a través de la construcción de su fisonomía intelectual, llegando a ser observado por el lector

como la “fórmula viviente, disfrutable y creíble” que permite el reconocimiento de la historia propia en su historia y que “el tipo perdure en la memoria del lector (...) proponiéndose (...) como experiencia moral” (Eco, 1968, pág. 232), a ser decodificada (nivel semántico y sintáctico de la semiótica) como un recurso estéticamente vivo, como una metáfora.

“Si bien cualquier tipo puede ser un símbolo, lo contrario no es totalmente exacto” (Eco, 1968, pág. 233). Si bien el fin de esta investigación no es evaluar si el cómic del Capitán América es arte en su más pura expresión o simplemente una narrativa comercial para las masas (ya que ambos casos son productos culturales), es pertinente remitirse a la premisa antes expuesta para comprender las diferencias entre símbolo y personaje típico, resumidas en el Cuadro 6.

CUADRO 6
DIFERENCIAS ENTRE EL SÍMBOLO Y EL PERSONAJE TÍPICO

Símbolo	Personaje Típico
Puede preexistir a la obra como elemento de un repertorio mitológico, antropológico, heráldico, mágico.	No preexiste jamás con respecto a la obra, sino que constituye su relación.
Puede preexistir como “lugar” originariamente literario y actualmente oculto en el convencionalismo, como situación cotidiana que la literatura ha hecho tópica y cargada de posibilidades alusivas (el viaje, el sueño)	Nada impide que el tipo, como relación, se haga popular y pase a formar parte de un “lugar” de repertorio.
Puede existir como “idea arquetípica” y manifestación del inconsciente colectivo.	Puede suceder que un símbolo de pesada tradición histórica, al inmiscuirse en una nueva obra, se encarne tan bien en un personaje que se convierta en un tipo individualísimo a pesar de sus originales funciones simbólicas.

Fuente: (Eco, 1968, pág. 234).
Elaborado por: Carla Orma.

Finalmente, para terminar con el enfoque a nivel pragmático, es importante recordar la crítica de Eco hacia el personaje típico transformado en símbolo que no es más que “la proyección de aquello que deseamos ser. En otras palabras, en el objeto, inicialmente considerado como manifestación de la propia personalidad, se anula la personalidad” (Eco, 1968, pág. 253). Por tanto, el descifrar los

símbolos desde la metáfora debe darse bajo la metodología de Paul Ricoeur (1962), poseedora de dos cualidades fundamentales (Eco, 1968, pág. 254):

(...) por un lado, una investigación sobre los objetivos que encarna la imagen, de aquello que está más allá de la imagen; y por otro, un proceso de desmitificación, consistente en identificar aquello que está en la imagen misma, es decir, no solamente las exigencias inconscientes que la han promovido, sino también las exigencias conscientes de una pedagogía paternalista, de una persuasión oculta motivada por fines económicos determinados.

De este modo, se da cierre a los apartados metodológicos con el fin de dar en el siguiente apartado los primeros pasos hacia la comprensión denotativa y contextual de los orígenes de la heráldica para vestir a la milicia en las naciones.

3.2.3. Aproximaciones denotativas del Capitán América

La heráldica es una rama de la historia que estudia el uso de los escudos, estandartes, cotas y otras imágenes únicas y representativas de las naciones. La palabra viene del “heraldo”, quién era el mensajero que tenía funciones de diplomático durante la Edad Media. El heraldo tenía una vestimenta muy distintiva, que mostraba su pertenencia a la clase dominante de su nación, para ser identificado por sus adversarios al cruzar las fronteras de su reino, dando inicio a lo que se conoce como uniforme militar (Frutiger, 2005, pág. 248):

Con el inicio de las Cruzadas todos los caballeros recibieron pronto un ropaje unitario que les significara visualmente en el sentido de su pertenencia a un colectivo concreto que al abandonar el suelo patrio y acceder a lugares de otras lenguas y de otras costumbres subrayara la expresión de hermandad, de comunidad, reunida ‘bajo una sola bandera’, y en satisfacción de la necesidad psicológica de hacer acopio de valor para la lucha y de voluntad para la perseverancia.

En un inicio, toda su apariencia requería de una vestimenta muy distintiva: desde su armadura hasta su montadura. Con el paso del tiempo evolucionó y la colocación de los elementos distintivos de ornamentación se fue limitando a exclusivas piezas o partes de vestimenta, por ejemplo los cascos. Finalmente se destinó al escudo como el espacio plano que sería el portador de la enseña, en el

cual el color y los grafismos fueron elementos importantes pues permitían ser distinguibles a simple vista, representando la pertenencia a un grupo específico. (Frutiger, 2005, págs. 248, 249).

Con el pasar los años, la imagen del escudo fue evolucionando. Empezó a llevar combinaciones de colores y elementos como costuras y campos cromáticos (horizontales, verticales, circulares, etc.). La superficie de los escudos pasó de ser una simple combinación de colores y formas y empezó a tomar significados. El diseño del escudo evolucionó y los nuevos escudos empezaron a tener directrices más rigurosas. La distribución de la superficie del escudo llegó a tener una alta importancia en el diseño del mismo. En ese sentido, la distribución misma de los elementos formó parte fundamental tal como el color o los atributos significativos de cada escudo. Los atributos no necesariamente tienen un significado sino que son imágenes figurativas, como los animales que de alguna forma evocan fuerza, como es el caso de los leones, tigres, águilas u osos (Frutiger, 2005).

Actualmente, los escudos se han simplificado sustancialmente y casi la totalidad del escudo en sí se condensa en una estructura con agrupamientos de colores, con líneas divisorias rectas y determinadas figuras, cuya presencia multiplica el efecto de reconocimiento: las banderas. Entre estas figuras, entendidas como signos abstractos y un tanto simbólicos, se puede encontrar a la estrella, como lo desarrolla Frutiger (2005, pág. 252):

“(La estrella) representa la noción de conjunto unificado de diferentes estados, como en el caso de la enseña de Estados Unidos de América del Norte, donde los cincuenta y dos que los componen aparecen simbolizados por sendas estrellas”.

Según Frutiger (2005), esta división representada en la heráldica moderna no responde a fronteras entre las naciones sino a la tradición de fuerzas políticas, religiosas o étnicas.

Finalmente, una aproximación a los inicios de la escritura muestra que las letras fueron utilizadas con dos propósitos, el de comunicar y el de adornar. Sin embargo, a lo largo de la historia las letras han evolucionado, principalmente las

letras minúsculas y las letras cursivas, pues la escritura dependía de la superficie y material utilizados para escribir. Es importante notar que la existencia de letras mayúsculas y minúsculas corresponde a una evolución de la escritura que busca la agilidad, por lo que las minúsculas nacen para simplificar las mayúsculas. Sin embargo, el hecho de que existan dos tipos de letras no ha relegado a ninguna. Aunque las minúsculas brindan la oportunidad de una escritura más rápida, las mayúsculas son utilizadas para destacar nombres propios. Además, su aspecto y relación de tamaño con respecto de las minúsculas, dan a entender un carácter elevado (Frutiger, 2005).

3.3. Trama y personaje típico del Capitán América: la historia desde el Cómic de Marvel

Como se explicó en el apartado metodológico, a lo largo de este subcapítulo se presenta la historia norteamericana y la vida de Steve Rogers (Capitán América) desde la trama creada por y para el cómic. Así, se detalla al personaje Steve Rogers, su vida y motivaciones para “evolucionar” hacia un súper soldado y defender a Estados Unidos y al mundo de “los enemigos”, asumiendo roles propagandísticos y militares a lo largo de hitos históricos reales plasmados de manera simbólica en las portadas del cómic.

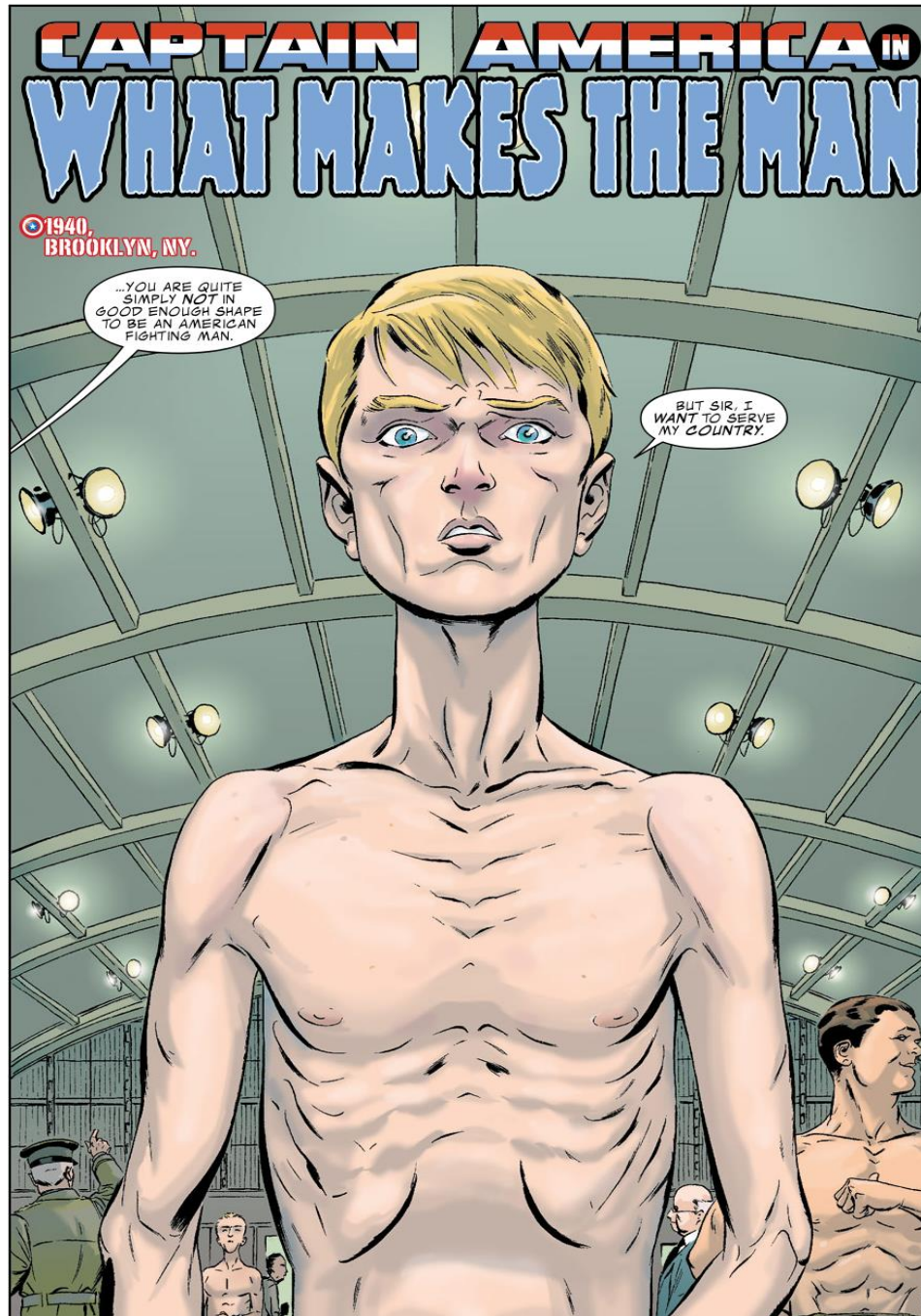
3.3.1. Steve Rogers: el norteamericano enclenque que desea enlistarse

Steve Rogers nació en 1922 en Nueva York, Estados Unidos. Creció durante la gran depresión, huérfano de padre y al culminar la secundaria su madre murió de neumonía. A principios del año 1940, debido al conflicto bélico iniciado por Alemania y horrorizado por la maldad nazi, Steve intentó enlistarse en el ejército; sin embargo, no tuvo éxito ya que contaba con la convicción para servir a su país, pero no cumplía los requisitos físicos de los soldados estadounidenses (Enciclopedia Marvel, 2015).

Como puede observarse en la figura 6, Steve tenía una contextura delgada, su estatura estaba muy por debajo del promedio y tenía un sinnúmero de enfermedades como asma que lo descalificaban automáticamente al momento de

presentarse para enlistarse en el ejército estadounidense, además de que su madre había muerto por neumonía contraída cuando trabajaba como enfermera. Sin embargo, esta realidad física no desanimó a Steve, que continuó postulando y presentándose en diversos puntos de acuartelamiento en varias ciudades de Estados Unidos.

FIGURA 6
STEVE ROGERS



Fuente: Marvel Comics (Robinson & Martin, 2009, pág. 5)
Elaborado por: Joe Simon & Jack Kirby.

Tras su último rechazo en Brooklyn en 1940, le incentivaron a entrar a distintos oficios requeridos por el gobierno para trabajar en fábricas de aviones o tanques de guerra, algo que no satisfacía su deseo de servir a Estados Unidos (ver figura 5 en el Anexo 3). Steve no sabía que estaba siendo observado por un científico que planeaba reclutar personas con ciertas características para un experimento bajo un proyecto secreto del Estado. Durante su travesía se encontró con un agente federal herido de gravedad por parte de un grupo de espías de origen Nazi, quién le da un artefacto similar a una joya para que la lleve a salvo a una oficina gubernamental en el edificio Timely⁴³ (Simon & Kirby, 1941).

Steve presenció la muerte del agente federal, cuyas palabras finales fueron: *“America is relying on y.. you”*⁴⁴. En seguida, Steve fue perseguido por los tres espías Nazi, quienes rápidamente se tornan violentos utilizando pistolas para detenerlo. Steve toma una tapa de basurero de aluminio para protegerse y atacar. Lo persiguen hasta las vías del tren y, en su intento de escapar, lo alcanzan y le dicen “cobarde”, a lo que Steve le responde: *“No! Not a coward! I am an American”*⁴⁵. Con esta dosis de valentía, Steve logró vencer a uno de los espías que lo siguieron, y escapa (ver Figura 7 en el Anexo 4). Una vez logrado su escape, acudió al edificio Timely, lugar en el que se descubre que la joya que llevaba Steve contenía una fórmula casi invisible al ojo humano. Como retribución al favor de Steve, el hombre del gobierno al que entregó el objeto le sugiere que se enliste si alguna vez escucha la frase “Súper Soldado” (Simon & Kirby, 1941).

3.3.2. Proyecto Renacimiento: el experimento para crear Súper-Soldados estadounidenses

La Operación Renacimiento surgió como una necesidad al infiltrarse un grupo de espías Nazi en el ejército estadounidense llamado “*5th Column*”. Tras una ola de sabotajes dentro de la industria militar estadounidense, los altos oficiales del gobierno y el presidente de turno deciden revelar un plan fomentado por el director del F.B.I. con el fin de solucionar el problema. Los oficiales del gobierno estadounidense, vestidos de civiles, siguen al director del F.B.I. a una

⁴³ Convenientemente llamado así tras la compañía Timely Comics.

⁴⁴ América confía en ti. Traducción del autor.

⁴⁵ ¡No! ¡No soy cobarde! ¡Soy americano!: Traducción del autor.

pequeña tienda custodiada por una señora vieja, quién revela ser otro agente utilizando máscara y termina siendo una muchacha joven y atractiva, quien los dirige a un laboratorio muy bien equipado (Simon & Kirby, 1941) (ver Figura 8 en el Anexo 5). En el laboratorio se encuentran Steve Rogers y el Profesor Reinstein. Steve fue seleccionado entre cientos de voluntarios por su sentido de compasión, justicia y lealtad a la patria, obtenido desde las historias que le contaba su abuelo y de su pobre educación, a pesar de su fragilidad física para ser parte de la Operación Renacimiento. Por otro lado, el Profesor Abraham Reinstein era un científico que desarrolló un compuesto químico con el fin de mejorar los reflejos, la inteligencia, capacidades físicas y la valentía de los voluntarios seleccionados, convirtiéndolos en súper soldados (Ver el Figura 9) (Enciclopedia Marvel, 2015).

FIGURA 9
TRANSFORMACIÓN DE STEVE ROGERS



Fuente: Timely Comics (Simon & Kirby, 1941, pág. 4)
Elaborado por: Joe Simon & Jack Kirby.

Después de que el cuerpo de Rogers recibiera el suero de “Super-soldado” y fuera expuesto a los “Vita-rayos”, éste mejoró a una fisiología perfecta: más alto, más inteligente, más fuerte, veloz, resistente y con habilidades sobrehumanas para el combate (Enciclopedia Marvel, 2015). Poco después, el profesor fue asesinado por un operativo nazi, y Steve Rogers se convirtió en el único beneficiario de la fórmula, ya que uno de los oficiales del gobierno que presenciaba el experimento resultó ser un espía alemán financiado por la Gestapo, que decidió poner un fin al experimento del Profesor Reinstein, matándolo con un disparo, destruyendo el suero de superhéroes y atacando al resto de oficiales, momento en el que el futuro Capitán América interviene por primera vez (ver Figura 10 en el Anexo 6) (Simon & Kirby, 1941).

3.3.3. El Capitán América y su rol a lo largo de los hitos históricos del Siglo XX

Una vez que Steve Rogers fue transformado, resultando ser con éxito el único súper-soldado del Proyecto Renacimiento tras la muerte del profesor Reinstein, le otorgaron un traje basado en su propio diseño que fue inspirado en la bandera de Estados Unidos. Recibió también un escudo en forma de triángulo a prueba de balas, adoptó el nombre de Capitán América, el Centinela de la libertad, y así fue asignado para servir a Estados Unidos como agente de contra-inteligencia y héroe simbólico para inspirar a otros soldados estadounidenses a combatir en la guerra contra Alemania y contrarrestar la propaganda nazi (Marvel Comic, 1941). Sin embargo, debido a su voluntad de servicio al país y su inteligencia, el Capitán América tomó la iniciativa de luchar contra los enemigos que atentaban contra el país (Enciclopedia Marvel, 2015)

El primer escudo del Capitán América era un acero en forma de triángulo⁴⁶, mismo que fue destruido en una batalla contra Red Skull cuando el Capitán América fue al reino africano de *Wakanda* a defender este reino de un ataque de las potencias del eje. Al culminar la pelea y en forma de agradecimiento el Capitán América recibió de parte del Rey T'Chaka un mineral poco común

⁴⁶ Los creadores del Capitán América se vieron obligados a cambiar la forma del escudo de un acero triangular a un disco después de su primera aparición en marzo de 1941 debido a que este era muy parecido al traje de otro cómic de la época llamado *The Shield* y publicado por MLJ Publications ahora llamado Archie Comics (Campbell, 2016).

llamado vibranium. El metalúrgico Myron Maclain, quien trabajaba en el mejoramiento del blindaje para tanques de guerra para ayudar a los combatientes, logró combinar el vibranium del Capitán América con otros metales y lo transformó en un arma indestructible capaz de absorber impactos, bloquear balas y la energía de los ataques. Este escudo (un disco cóncavo con un diámetro de 76,2 cm y un peso de 5,5 kg) fue entregado al súper-soldado por el presidente Roosevelt (Ver Figura 11 en el Anexo 7) (Enciclopedia Marvel, 2015, pág. 8).

Desde la primera aparición del Capitán América tras la muerte del profesor Reinstein, el súper-soldado ha aparecido en una publicación mensual que varía de acuerdo a los contextos políticos, económicos y sociales de Estados Unidos y los eventos coyunturales del Siglo XX. En la Tabla 4 se presentan los hitos históricos escogidos según la tabla 1 (ver Anexo 1), en donde se presenta la fluctuación del PIB de Estados Unidos según los eventos históricos para el respectivo análisis de descomposición de símbolos, tanto del Capitán América como de sus roles a lo largo de la historia del siglo XX.

TABLA 4
SELECCIÓN DE CÓMICS DE ACUERDO A HITOS HISTÓRICOS

Año	PIB nominal (billones de USD)	PIB real (billones de millones de USD)	Tasa de crecimiento del PIB de Estados Unidos	Eventos que influyeron en el PIB estadounidense	Mes de publicación	Número de publicación
1941	\$129,00	\$1.490,00	17.7%	Ataque a Pearl Harbor (diciembre 7)	marzo	1
1944	\$225,00	\$2.239,00	8.0%	Conformación de Bretton Woods (julio)	octubre	42
1950	\$300,00	\$2.184,00	8.7%	Guerra de Corea (abril)	septiembre	78
1966	\$815,00	\$4.239,00	6.6%	Inicio de la Guerra de Vietnam (abril)	marzo 1975	183
1975	\$1.689,00	\$5.385,00	-0.2%	Final de la Guerra de Vietnam (mayo)		
1989	\$5.658,00	\$8.786,00	3.7%	Caída del Muro de Berlín (noviembre)	abril	352
1990	\$5.980,00	\$8.955,00	1.9%	Inicio de la desintegración de la URSS (marzo)	marzo 1991	383
1991	\$6.174,00	\$8.948,00	-0.1%	Final de la desintegración de la URSS (diciembre)		

Fuente: (The Balance, 2018).

Elaborado por: Carla Orna.

El hito “II Guerra Mundial” se muestra en la primera publicación del cómic de marzo de 1941 (Figura 12), en el cual el Capitán América aparece golpeando a Hitler. Esta publicación salió nueve meses antes de la participación oficial de Estados Unidos en el evento bélico tras el ataque japonés a Pearl Harbor, Hawái. Ésta es la manifestación oficial de los autores del Capitán América, quienes tenían

ascendencia judía, razón por la que estaban en contra de los actos nazistas violentos hacia la población judía a lo largo de todo el territorio europeo.

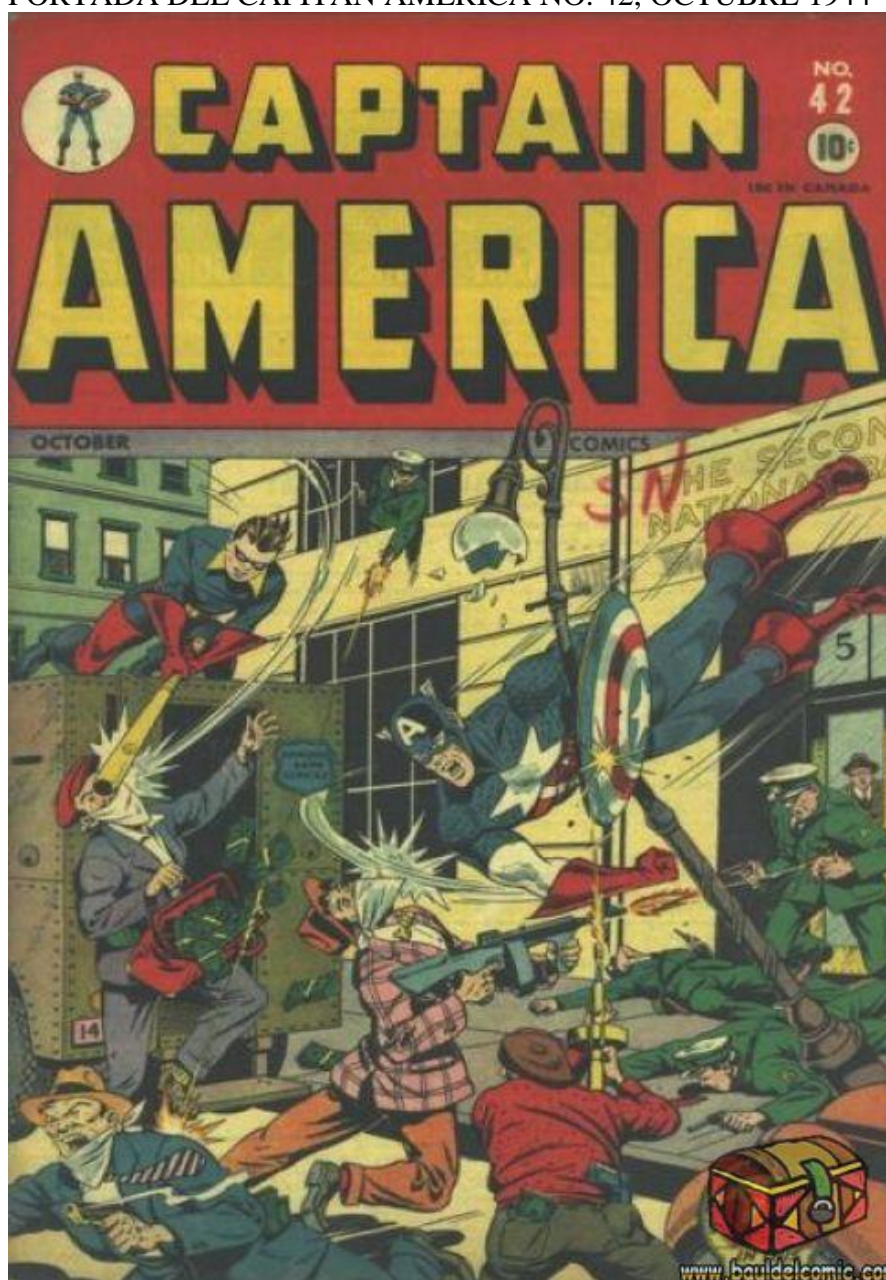
FIGURA 12
PORTADA DE LA PRIMERA EDICIÓN DEL CAPITÁN AMÉRICA,
MARZO 1941



Fuente: (Simon & Kirby, Timely Comics, 1941)
Elaborado por: Joe Simon y Jack Kirby.

El segundo hito histórico a ser analizado se remonta a la creación de las Instituciones de Bretton Woods en 1944. En el cómic número 42 de octubre de 1944 (Figura 13) el Capitán América aparece defendiendo el dinero robado de una institución bancaria.

FIGURA 13
PORTADA DEL CAPITÁN AMÉRICA NO. 42, OCTUBRE 1944



Fuente: (Simon & Kirby, 1944)
Elaborado por: Joe Simon y Jack Kirby.

El tercer hito histórico es la Guerra de Corea iniciada en 1950, un año después del inicio de la Guerra Fría. Estados Unidos empezó una lucha ideológica en contra de la URSS, justificando así su injerencia en el territorio coreano para evitar la expansión del comunismo (Gispert, 1996, pág. 2240). Este hecho es documentado en el cómic número 78 de septiembre del 1950 (Figura 14), en el que el Capitán América lucha en contra de personajes que representan al comunismo en Asia bajo la frase “*Captain America... Commie Smasher*”.

FIGURA 14

PORTADA DEL CAPITÁN AMÉRICA NO. 78, SEPTIEMBRE 1950



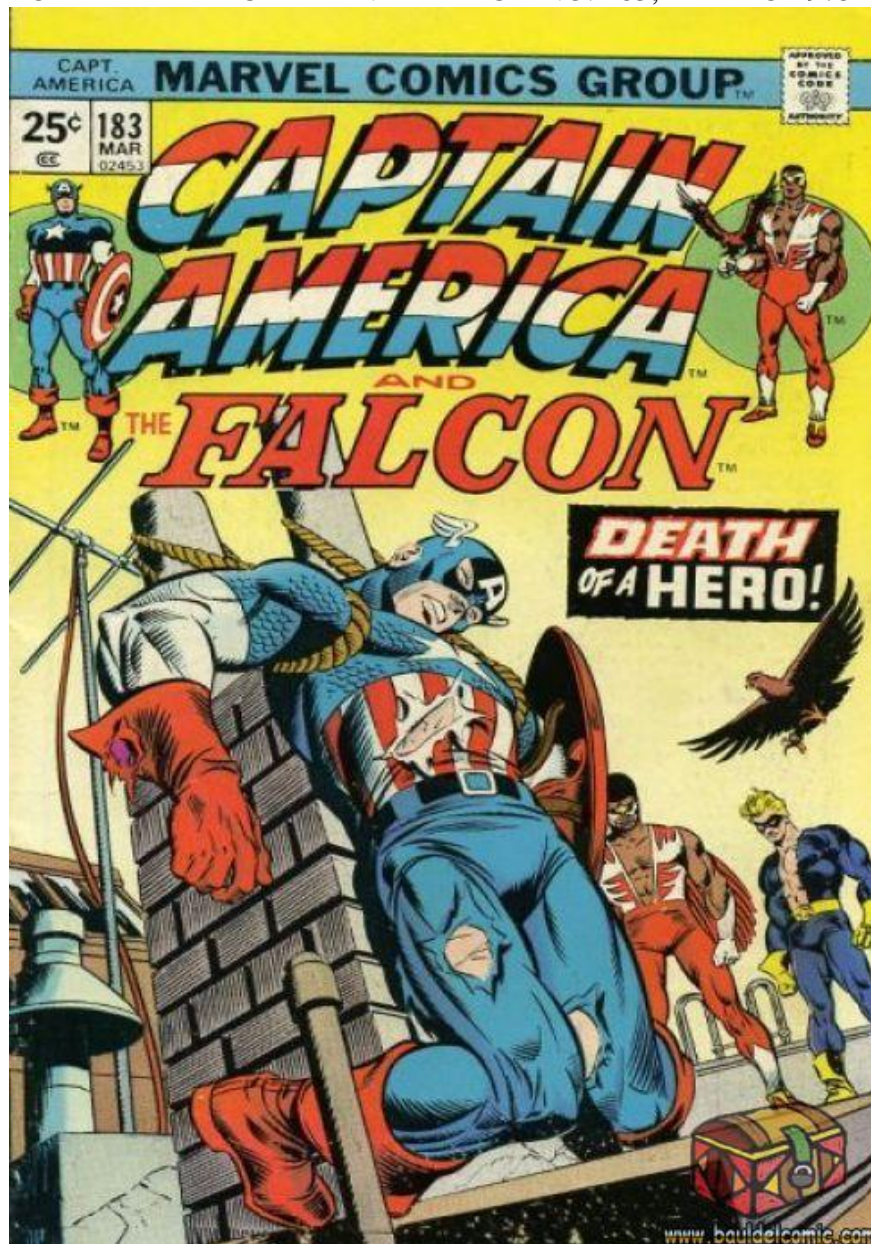
Fuente: (Simon & Kirby, 1950)

Elaborado por: Joe Simon y Jack Kirby.

El cuarto hito histórico es la Guerra de Vietnam, suscitada entre abril de 1966 y mayo de 1975. La Guerra Fría continuaba su curso y las potencias seleccionaron un nuevo territorio para continuar con su lucha ideológica (Gispert, 1996, pág. 2241). En este hito, la participación de Estados Unidos no tuvo éxito, por ello, en el cómic número 183 de marzo de 1975 (Figura 15) se observa al Capitán América derrotado junto a la frase “*Death of a hero*”.

FIGURA 15

PORTADA DEL CAPITÁN AMÉRICA NO. 183, MARZO 1975

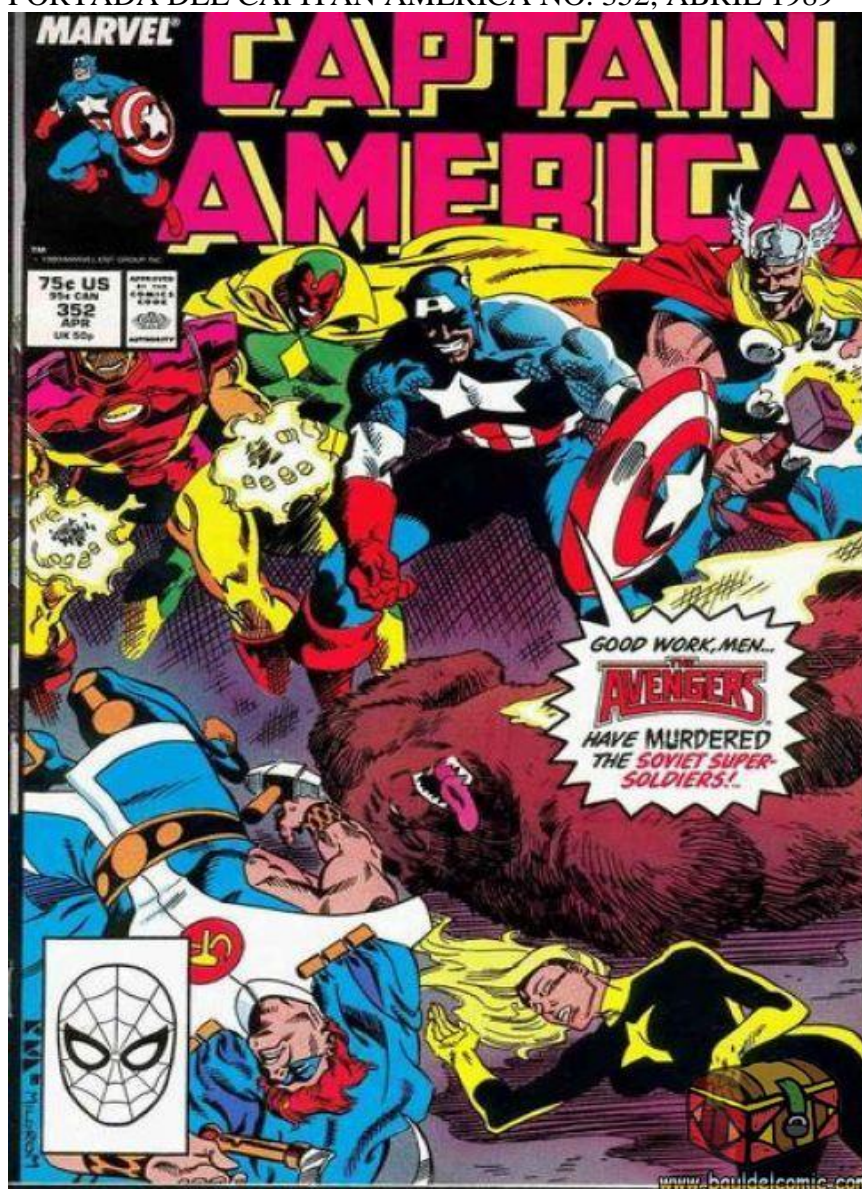


Fuente: (Simon & Kirby, 1975)

Elaborado por: Joe Simon y Jack Kirby.

El quinto hito histórico es la caída del Muro de Berlín en noviembre de 1989, cuando se hace oficial la caída de la cortina de hierro que la Alemania occidental de la Alemania oriental, hecho que da pie al inicio de la caída de la URSS y el comunismo como modelo político y económico (Gispert, 1996, pág. 2242). En el cómic 352 de abril de 1989 (Figura 16), se observa al Capitán América acompañado de sus compañeros de batalla, los “Avengers”, asesinando a tres representantes del comunismo, con la frase “*Good work, men... The Avengers have murdered the Soviet super-soldiers!*”.

FIGURA 16
PORTADA DEL CAPITÁN AMÉRICA NO. 352, ABRIL 1989



Fuente: (Simon & Kirby, 1989)
Elaborado por: Joe Simon y Jack Kirby.

El sexto y último hito histórico es la desintegración de la URSS entre marzo de 1990 y diciembre de 1991, hecho que legitima el poder de Estados Unidos en el sistema internacional (Gispert, 1996, pág. 2247). Por ello, en el cómic 383 de marzo de 1991 (Figura 17) se observa al Capitán América ondeando la bandera de Estados Unidos delante de la Estatua de la Libertad y el *World Trade Center*.

FIGURA 17
PORTADA DEL CAPITÁN AMÉRICA NO. 383, MARZO 1991



Fuente: (Simon & Kirby, 1991)
Elaborado por: Joe Simon y Jack Kirby.

Así se da fin a la selección de los hitos históricos que responden a delimitación temporal de la presente investigación.

Para concluir este capítulo, se evidencia que se cumple el objetivo de entender el significado del Capitán América y el uso del cómic como producto cultural que influye en la construcción de la idiosincrasia de la sociedad estadounidense. A través de la metodología semiótica y las aproximaciones denotativas se puede entender el significado del superhéroe y el uso del cómic durante el siglo XX como herramienta de influencia producida por actores externos al Estado para construir el imaginario social dentro y fuera de Estados Unidos, lo cual aportó en la cimentación de su hegemonía durante los diferentes

eventos importantes del siglo XX en los que demostró su liderazgo, lo cual se profundiza en el análisis del objetivo de estudio desde las perspectivas teóricas propuestas anteriormente.

VI. ANÁLISIS

La conquista del poder cultural es previa a la del poder político y esto se logra mediante la acción concertada de los intelectuales llamados “orgánicos” infiltrados en todos los medios de comunicación, expresión y universitarios.
Antonio Gramsci (1978)

A inicios del siglo XX, Estados Unidos no tenía un rol protagónico en el sistema internacional; no obstante, formaba parte de los países poderosos de la época debido a que estaba constituido bajo un sistema de gobierno democrático y un modelo económico capitalista que le permitió un desarrollo industrial propio de un Estado fuerte (US Embassy, sf). Así, Estados Unidos participó en la II Guerra Mundial con un ejército preparado, no solo por el número de soldados sino también por todos los elementos de la industria armamentística, con una economía fuerte y un sistema político democrático consolidado en los principios de libertad, igualdad y justicia (Sartori, 1991). Los intereses estatales de Estados Unidos, como agente del sistema internacional, se manifestaron a través de la identidad nacional que había forjado por las prácticas que expresaban su destino manifiesto, doctrina nacional que influyó en la creencia de que los estadounidenses tienen la obligación divina de salvar el mundo (Fuentevilla, 2008). En este sentido, según Wendt (2005), las creencias que expresan las identidades de la sociedad se evidenciaron con la libertad de actuar políticamente y no como un derecho sino como una obligación de los ciudadanos estadounidenses y por ende del país.

En este contexto, en medio de la II Guerra Mundial, exactamente en 1940, los autores del personaje Capitán América, en uso de su derecho de libertad de expresión, diseñaron y crearon el cómic que representa una metáfora de la realidad del contexto mundial de aquel entonces para presentar su indignación respecto de lo que estaba sucediendo en Alemania con el ascenso de Hitler al poder (Eco, 1968, pág. 232) a través de una trama con mimesis de sucesos verosímiles. De esta manera, se cumple la premisa de Onuf (2014): los agentes toman decisiones en función de prácticas sociales institucionalizadas por la estructura liberal que está presente en la Constitución estadounidense. Este producto cultural se basó en

un sentimiento patriótico⁴⁷, “creado para ser propaganda política (...) que representara el verdadero y justo espíritu de Estados Unidos” (Enciclopedia Marvel, 2015), ideado para manifestar el rol estadounidense en ese momento histórico como lo explica Peitz (2013, pág. 15): “*America acts only in the name of defense and security rather than in the name of offense and empire*”.

El cómic del Capitán América se lanzó en marzo de 1941, nueve meses antes del ataque a Estados Unidos en Pearl Harbor por parte de las tropas japonesas y del pronunciamiento oficial del gobierno estadounidense de participar en el conflicto bélico (Gray, 2014; Garasik, 2013: 22). El lanzamiento del comic generó rechazo por parte de la comunidad nazi; no obstante, este hecho empoderó aún más a los creadores⁴⁸ (Voger, 2011). El personaje típico del cómic causó revolución, no solo por su uniforme, nombre y discurso sino por la historia detrás de su construcción como súper-héroe. En efecto, el lenguaje es uno de los elementos más importantes bajo el cual se estructuran las sociedades (Onuf, 1998). Los mensajes transmitidos en el cómic a través del personaje *per se*, como la identidad y los valores que representa Estados Unidos, lograron que los consumidores de este producto se sintieran identificados, lo que se confirma con el dato de que el 62% de los ciudadanos estadounidenses consideraban prioritaria la entrada del país en la guerra y pelear contra Alemania frente a la posibilidad de estar fuera de la misma (Gallup, 2018).

A continuación se presenta una explicación del análisis semiótico y la decodificación a nivel semántico, sintáctico y pragmático de la historia del Capitán América, todo esto a lo largo de las figuras 18, 19 y 20, mismas que están organizadas por número de signos conforme se realiza la identificación simbólica de cada uno en función de la lectura del personaje y su historia; sin embargo, como son signos que coexisten no tienen orden específico y pueden ser leídos desde cualquier ángulo, pero para efectos de la investigación presente se señala la decodificación realizada según el análisis conceptual y teórico del objeto de estudio conforme los hitos históricos escogidos. No obstante, en el Anexo 8 se

⁴⁷ “I’ve always considered myself very patriotic,” manifestó Simon en una entrevista (Voger, 2011, pág. 1).

⁴⁸ “But when Captain America came out, America wasn’t yet in the war, so the American Nazis weren’t happy with what we did to their beloved Fuhrer. ... We had a couple of personal encounters with the Bund (an American Nazi group). But that didn’t stop us. If anything, it added fuel to the fire.” (Voger, 2011, pág. 1).

presenta un ejemplo como guía de lectura de las figuras presentadas como interpretación de los signos interpretados e identificados.

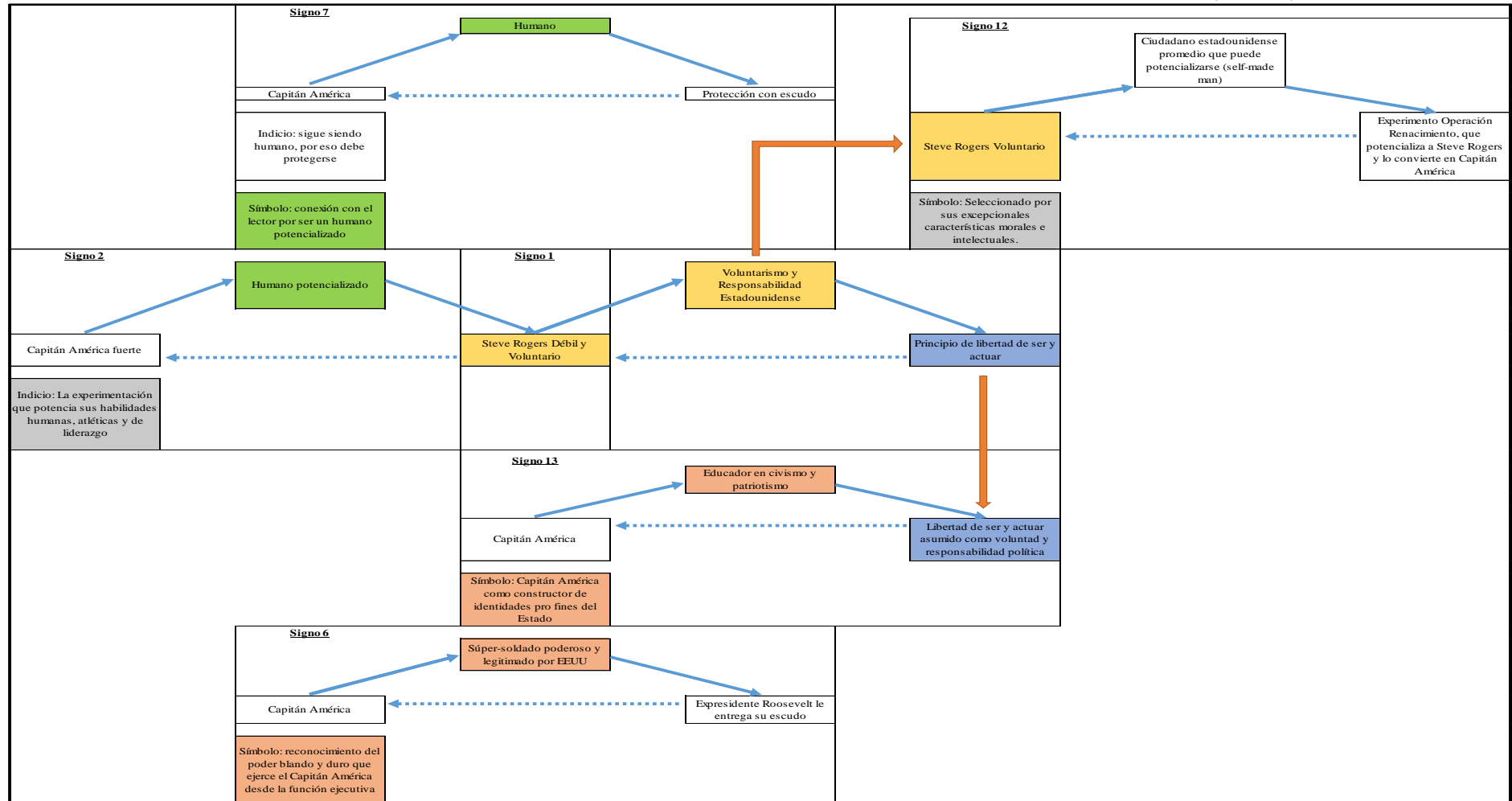
En el primer cómic aparece la historia de Steve Rogers, personaje típico de fisonomía física débil cuyo intelecto y moral encarnan los valores estadounidenses: convicción de servicio a la patria en el campo de batalla; lucha por la libertad y la justicia; compasión desde su fragilidad; y, un profundo y muy arraigado sentido de identidad con Estados Unidos que lo lleva a negarse la posibilidad de ser un cobarde. (1) Su convicción y voluntarismo, desde la libertad de ser y actuar, lo llevan a formar parte de un experimento para crear un ejército de súper-soldados: la Operación Renacimiento. (2) Esta intervención y modificación inducida potencializó sus habilidades humanas atléticas y de liderazgo (Peitz, 2013). No obstante, tras el ataque de un infiltrado nazi, el profesor que dirigía el experimento muere, (3) dejando a Steve Rogers como el único súper-soldado, en cuyo código genético queda toda la esperanza de reproducir el procedimiento.

Este hecho convierte a Steve Rogers en el (4) Capitán América, nombre y hombre que simboliza a Estados Unidos desde su traje militar adornado con los colores y formas de la bandera estadounidense (Frutiger, 2005): rojo, azul, blanco y estrellas, mostrando un símbolo indexical de admiración a la bandera, a la nación, símbolo fundamental al compararlo con la visión del ideal comunista de construir un mundo sin banderas ni fronteras (Oceano, 1996). La bandera estadounidense está conformada por 13 franjas de igual tamaño, de color rojo y blanco unidas de manera alternada, en el rincón izquierdo tiene un rectángulo azul con cincuenta estrellas de cinco puntas. Las franjas rojas y blancas representan a las trece colonias británicas⁴⁹ ubicadas en la costa este de América del Norte que lograron su independencia en 1776 y formaron el territorio estadounidense. Asimismo, el color blanco de las franjas significa la pureza e inocencia y el color rojo significa la resistencia y el valor; el color azul significa vigilancia, perseverancia y justicia (House of Representatives, 2003), dentro de la idea de un cuadrado azul, una constelación con 50 estrellas o Estados (USFlag, 2005). La

⁴⁹ Massachusetts, Nuevo Hampshire, Rhode Island, Connecticut, Nueva York, Pensilvania, Nueva Jersey, Delaware, Maryland, Virginia, Carolina del Norte, Carolina del Sur y Georgia.

estrella es un símbolo del cielo y el objetivo divino que ha inspirado al hombre desde tiempos inmemorables; la franja es un símbolo de los rayos de luz que emana el sol (Frutiger, 2005).

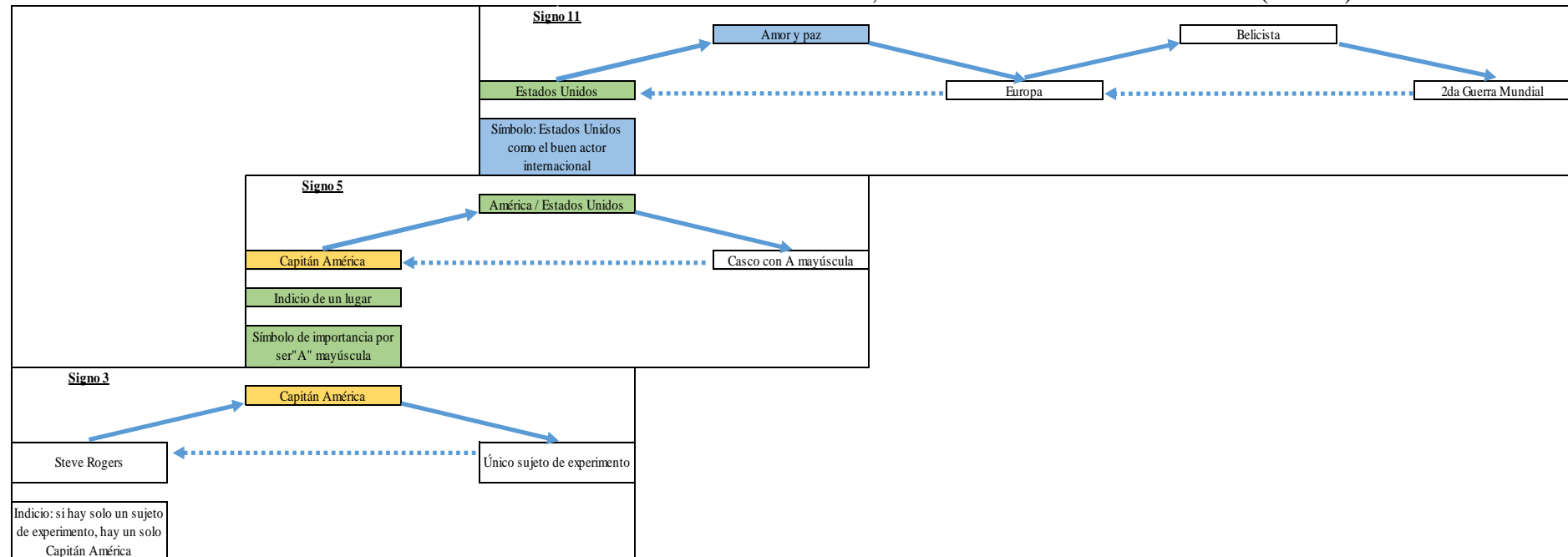
FIGURA 18
ANÁLISIS SEMIÓTICO DEL CAPITÁN AMÉRICA A NIVEL SEMÁNTICO, SINTÁCTICO Y PRAGMÁTICO (1 DE 3)



Fuente: Eco (1968); Simon & Kirby (1941).
 Elaborado por: Carla Orna.

FIGURA 19

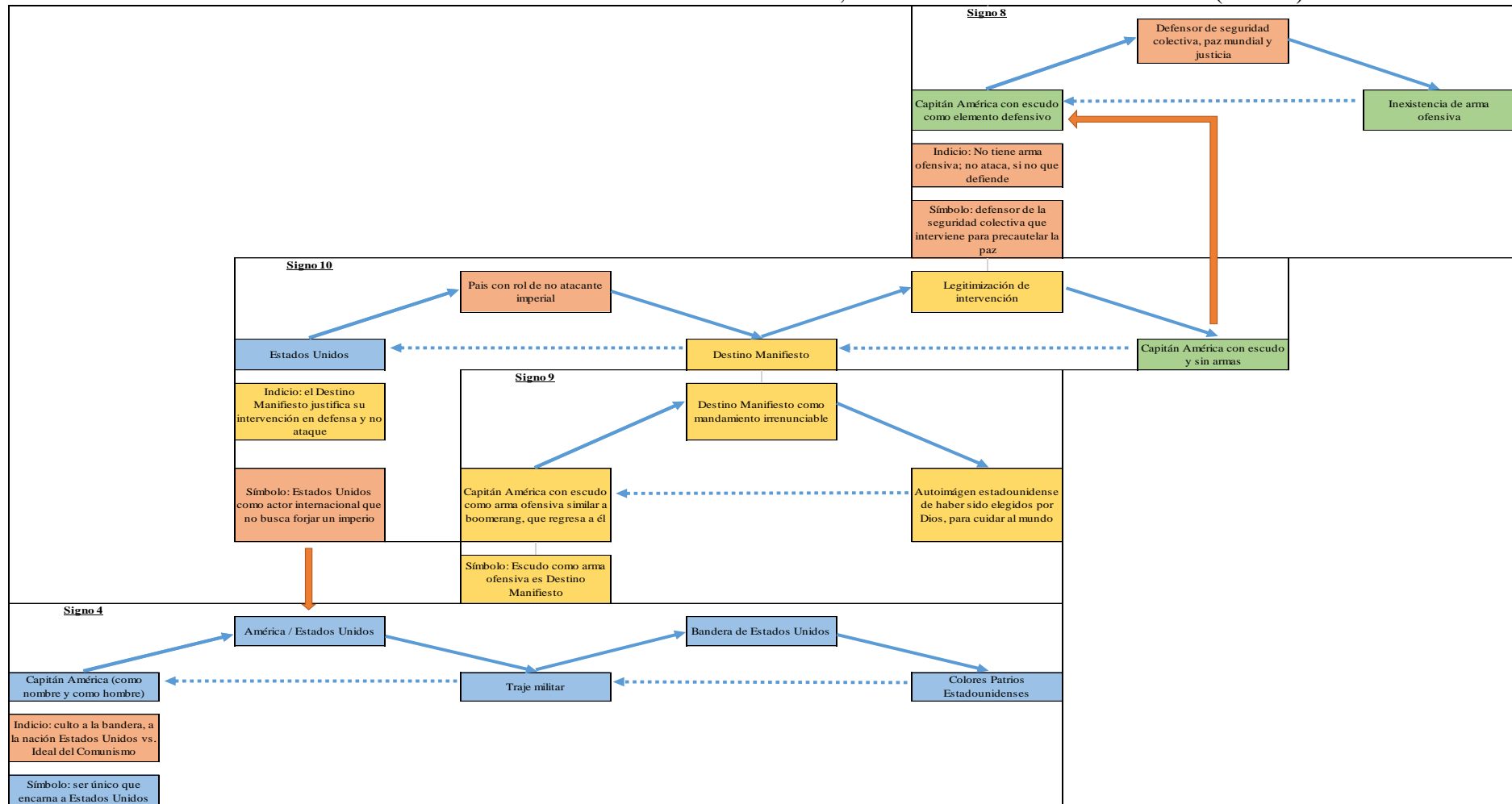
ANÁLISIS SEMIÓTICO DEL CAPITÁN AMÉRICA A NIVEL SEMÁNTICO, SINTÁCTICO Y PRAGMÁTICO (2 DE 3)



Fuente: Eco (1968); Simon & Kirby (1941).

Elaborado por: Carla Orna.

FIGURA 20
ANÁLISIS SEMIÓTICO DEL CAPITÁN AMÉRICA A NIVEL SEMÁNTICO, SINTÁCTICO Y PRAGMÁTICO (3 DE 3)



Fuente: Eco (1968); Simon & Kirby (1941).
Elaborado por: Carla Orma.

En este sentido, también es importante hacer una lectura de (5) la letra “A” colocada en el casco del personaje típico. Por un lado, simboliza la importancia de algo pues está en mayúscula (Frutiger, 2005); por otro lado, es el indicio de un lugar presente en el nombre mismo del superhéroe: América. Lo que da a entender que, si bien es cierto la persona es importante, el lugar al que representa también es parte fundamental de la construcción del super-héroe. Es el Capitán América, no de ningún otro lugar, por lo que todo lo que representa el héroe proviene de América (Estados Unidos).

(6) El Capitán América es armado por el presidente Roosevelt, simbólicamente como la entrega de poder al súper-héroe desde la función ejecutiva estadounidense, únicamente con un escudo⁵⁰ portador de los colores patrios (Frutiger, 2005), (7) indicio de que sigue siendo un humano que debe proteger su integridad, además de símbolo que permite generar una relación más cercana con el lector. No obstante, aquí surgen dos lecturas: (8) en primer lugar es pertinente analizar al Capitán América portador de un escudo como un elemento defensivo que simboliza su rol de defensor de la seguridad colectiva, la paz mundial y la justicia al no llevar ninguna arma ofensiva en su indumentaria. El signo indexical genera la relación: si no hay arma ofensiva, no ataca sino defiende.

Sin embargo, una segunda lectura a realizarse es (9) el Capitán América como portador de un escudo que sí es un arma ofensiva, similar a un boomerang que, después de golpear, siempre regresa a él (Dittmer, 2005). Este signo es simbólico y representa al destino manifiesto, doctrina irrenunciable por un estadounidense, ya que su autoimagen le recuerda que es un ser escogido por Dios para salvar al mundo. De esta manera, (10) Estados Unidos encarnado en el Capitán América se muestra como un actor no atacante imperialista, ya que su injerencia (principalmente militar) está justificada y legitimada en el destino manifiesto, de modo que su rol como actor internacional no es el de buscar forjar un imperio; y (11) Estados Unidos pasa a ser símbolo de amor y paz frente a una Europa belicista (Peitz, 2013).

⁵⁰ Las reacciones pragmáticas acerca del escudo del Capitán América son muy variadas. Revise el Anexo 8 para poder tener una aproximación a dos reacciones.

Su transformación de un ciudadano promedio a un individuo potencializado a la perfección física e intelectual del ser humano convirtió a Steve Rogers en el Capitán América que, al ser el super-héroe más humano que ha creado Marvel, logró una vinculación más real por parte de los lectores con el personaje (Eco, 1968). Así, tanto la representación de Steve Rogers como la del Capitán América tienen funciones pragmáticas importantes. Por un lado, (12) la figura de Steve Rogers como voluntario tiene un sentido simbólico de perseverancia en el idea del “*self-made man*”, ya que sus excepcionales características morales e intelectuales (Eco, 1968) lo llevan a convertirse en el símbolo de Estados Unidos. Entonces, Steve Rogers es la representación del ciudadano estadounidense promedio que tiene la capacidad de perfeccionarse a nivel físico, intelectual y moral. Por otra parte, (13) la figura del Capitán América es un símbolo moral (Eco, 1968) que asume el rol de educador en civismo y patriotismo ya que convoca a los ciudadanos a hacer uso de su libertad de ser y actuar, asumida como voluntad y responsabilidad política. El Capitán América es un constructor de identidades con fines estatales (Dittmer, 2005).

Desde el constructivismo se puede entender como los seres humanos, al ser seres sociales, erigen el mundo en función de su propia construcción a nivel individual y social (Onuf, 1989). Por ello, la idea de que una sociedad es el resultado de lo que lee, escucha y ve cumple esta premisa. La cultura popular estadounidense y el consumo masivo de sus bienes culturales en el Siglo XX son la manifestación del poder blando del Estado, ya que al ser una forma de influencia, la política interna y externa de Estados Unidos durante la II Guerra Mundial y el resto del siglo se benefició de los recursos disponibles producidos; tanto por su diplomacia cultural como por el apogeo de los bienes procedentes por la empresa privada (Nye J. S., 2003). En el caso de la industria cultural del Capitán América, los cómics permiten visualizar el impacto del poder blando en la sociedad estadounidense y mundial al absorber la información que se manifiesta en el recurso del cómic acorde a los distintos hitos históricos que marcaron el antes y después de la historia de Estados Unidos y el mundo.

Los eventos mundiales que se reflejan en las seis portadas seleccionadas explican cómo los símbolos identificados en el personaje típico tienen relevancia

en los hitos históricos que, al ser transportados a la trama (Eco, 1968), generan impacto en el imaginario colectivo. Así, se cumple lo que Antonio Gramsci entiende por hegemonía cultural, citado en Nye (2003, pág. 30): “la capacidad de enmarcar preferencias tiende a asociarse con resortes intangibles como la cultura, ideología e instituciones creativas”, facilitando la conexión entre el lector y el personaje típico (Eco, 1968).

En la portada del primer ejemplar de marzo de 1941 (ver Figura 12) se observa al Capitán América en medio de varios soldados nazis golpeando a Hitler. Si el Capitán América es el símbolo defensor de la seguridad colectiva, paz mundial y justicia, Hitler representa lo injusto, la vulneración de las libertades y la violación de los DD.HH (Enciclopedia Marvel, 2015, pág. 66). La respuesta pragmática esperada por los creadores del cómic fue despertar el voluntarismo y la responsabilidad estadounidense bajo el principio de libertad de ser y actuar de cada ciudadano para asumir su deber con su nación que está legitimada a intervenir en los acontecimientos mundiales por el destino manifiesto como doctrina irrenunciable (Dittmer, 2005). En efecto, los ciudadanos estadounidenses que crecieron con el Capitán América naturalizaron el hecho de ser parte de la milicia y participar en las guerras como elemento fundamental de su libertad de actuar desde el involucramiento político.

En la realidad, Estados Unidos ganó la guerra junto con las otras potencias aliadas teniendo relativamente pocas pérdidas humanas y materiales en comparación con los otros países que participaron en el conflicto bélico. Este hecho representó una gran oportunidad para que Estados Unidos cimiente su poder económico al ser el único actor capaz de proveer alimento y materiales para la reconstrucción de Europa con el Plan Marshall. No obstante, también resultó pertinente ordenar el sistema internacional de tal manera que se expanda la visión estadounidense de desarrollo a través de instituciones de alcance mundial como lo son el FMI y el Banco Mundial (Veraza, 2004).

El segundo hito histórico se enmarca en la conformación de las instituciones de Bretton Woods. El Capitán América es un artefacto de encarnación de los valores estadounidenses y así aportó en la construcción de la

cultura de un país hegemónico; en términos de Gramsci, Estados Unidos es una hegemonía que alcanzó su poder a través de la revolución que causó, al imponer por medio de las instituciones u organismos internacionales que lidera, modelos y sistemas políticos, económicos y culturales en pro de la paz y la seguridad colectiva del país y del mundo después de la II Guerra Mundial (Gramsci, 1978). Así, en la portada del cómic de octubre de 1944 (ver Figura 13) se observa un Capitán América defensor de los recursos económicos mundiales destinados, a través de las instituciones de Bretton Woods, a la reconstrucción de Europa y al desarrollo de los países subdesarrollados. Es importante recordar que Estados Unidos ha sido el mayor aportante de estas instituciones con el objetivo de liderar y promover la expansión de la democracia y la aceptación del capitalismo en los países que recurrían y continúan recurriendo a estos fondos. El Capitán América defiende el dinero de ladrones que, bajo la lectura del contexto de Bretton Woods, simbolizan a todos aquellos actores que no se alinean a las recomendaciones de las cartas de intención del FMI y el Banco Mundial. De esta manera, el sistema económico internacional fue construido por las prácticas políticas y económicas que el agente Estados Unidos legitimó a través de estas instituciones (Wendt, 2005).

A partir de 1950, se estableció un orden mundial creado por dos potencias específicas: Estados Unidos y la URSS. La Guerra Fría se caracterizó por ser una lucha ideológica y una desbocada carrera armamentística y espacial que consistió en demostrar la sostenibilidad y sustentabilidad de los modelos de gobierno propuestos por las potencias en conflicto, cuya base fue el poder militar, económico y político (fuentes de poder duro). Sin embargo, también fue el inicio del uso del poder blando a través de los productos culturales estadounidenses, como las películas de *Hollywood*, para transmitir los beneficios de un sistema basado en libertades y democracia, en el “sueño americano” (Nye J. , 2003). Este evento de alcance mundial conllevó dos hitos históricos importantes, con resultados distintos para Estados Unidos: la guerra de Corea y la guerra de Vietnam, intervenciones sustentadas en la construcción del imaginario social de la doctrina del destino manifiesto y los roles de defensor de la libertad y de protector de la paz mundial (Enciclopedia Marvel, 2015).

La guerra de Corea (tercer hito histórico) se suscitó entre 1950 y 1953. El conflicto estalló por un enfrentamiento entre los movimientos comunistas del norte y capitalistas del sur. Estados Unidos utilizó su diplomacia dentro del Consejo de Seguridad para, a través de la aprobación de resoluciones en el marco de la ONU al no considerar la ausencia de la URSS como veto, justificar su intervención militar armada en la península coreana (Oceano, 1996). La portada del cómic de septiembre de 1950 (ver Figura 14) muestra un Capitán América enfurecido que levanta un soldado comunista y está dispuesto a acabar con el mismo bajo la frase “*Captain America... Commie Smasher*”, mientras Electro, un criminal ruso que también fue sujeto de un experimento y cuyo nombre es Ivan Kronov, intenta lastimarlo lanzándole un rayo. Si bien ambos personajes fueron sometidos a una transformación inducida, simbolizando igualdad de condiciones entre las potencias beligerantes, el Capitán América continuó poseyendo características humanas, mientras que Electro parece un monstruo verde desprovisto de rasgos humanos con súper-poderes inexistentes en la vida real.

El fin de la guerra de Corea representó la ganancia de ambos bandos y la división de la península coreana, dando pie a que Estados Unidos continuará apoyando a movimientos democráticos en diferentes latitudes del mundo (Oceano, 1996). “El Capitán como figura política parecía haberse ido, difuminándose hacia el panorama colorido del superheroísmo de 1960 (...) desapareció de los cómics hasta que fue revivido en 1964 por Marvel en “*Avengers*” (Enciclopedia Marvel, 2015, pág. 66). Coincide con el hecho de que Estados Unidos se embarca en una nueva intervención en el territorio vietnamita (cuarto hito histórico) en 1964 después de simular un ataque de falsa bandera por parte de Vietnam del Norte a los barcos de armada de Estados Unidos, que se encontraban en aguas internacionales según la versión estadounidense y en aguas vietnamitas según el gobierno del Norte (Oceano, 1996). Al contrario de la guerra de Corea, la intervención en Vietnam representó una derrota militar y política para Estados Unidos. Los años 70 se vieron manchados bajo el régimen del expresidente Nixon tanto en la continuación de la participación estadounidense en la guerra sabiendo que representaba altos costos en vidas humanas como en el escándalo de corrupción de Watergate. Así:

(...)la vida se volvió agria para el símbolo de Estados Unidos en la década de 1970, después de los hechos reales de Watergate entre 1972 y 1974. Disgustado por políticos mentirosos, Steve Rogers ya no podía representar ciegamente a Estados Unidos. Simbólicamente desechó su nombre y disfraz convirtiéndose en “El Nómada”, un hombre sin patria (Enciclopedia Marvel, 2015, pág. 67).

En la portada del cómic de marzo de 1975 (ver Figura 15) el súper-soldado que ocupa el traje de Capitán América se muestra derrotado a la vista de dos actores: Falcon (compañero afrodescendiente de Steve Rogers) y El Nómada (Steve Rogers). En este caso, el traje del Capitán América asume un sentido de estructura abandonada por Steve Rogers porque los valores de su portabilidad han sido manchados; él, como encarnación de la libertad y la justicia, se despoja de su traje, nombre y patria, pero continúa firme en sus ideales. “Un elemento constitutivo de la hegemonía es el compromiso, la capacidad para sacrificar ciertos intereses, para matizar la propia forma de ver el mundo” (Campione, 2014, pág. 94). El Capitán América derrotado simboliza un Estados Unidos caído al ser presidido por líderes egoístas, corruptos e injustos con los soldados estadounidenses que continuaban en la guerra.

Este hito histórico real plasmado de manera metafórica en el cómic cumple con la premisa de Wendt (2005), cuando estipula que una estructura social hace que los actores se comporten de cierta manera de acuerdo a sus identidades, intereses y capacidades materiales con sus propios significados. Es decir, al ser Estados Unidos un actor del sistema internacional cimentado en un modelo democrático pro debido proceso de la ley y al estar involucrado en un escándalo de corrupción, este suceso hace que los actores (ciudadanos estadounidenses) se sientan avergonzados y no identificados, rechazando estos comportamientos y deseando aferrarse a su identidad original basada en principios de democracia y libertad. Símbolo de esta aproximación es el verdadero Capitán América, Steve Rogers, y su firme decisión de despojo del traje, nombre y patria, como la capacidad de sacrificar sus propios intereses: imagen que influye en el imaginario colectivo respecto del verdadero sentido de ser estadounidense y reafirma la premisa de Campione.

“Un desastroso intento de nombrar un nuevo Capitán América llevó a que la comisión de gobierno rogara a Rogers para recuperar la capa” (Enciclopedia Marvel, 2015, pág. 67) porque el gobierno estadounidense lo reconocía como un símbolo patriótico encarnado en su persona más allá de su indumentaria militar. Con el paso de los años, el modelo comunista comenzó a caer, teniendo como eventos de desaparición: la caída del Muro de Berlín y la desintegración de la URSS (Oceano, 1996). En ambos casos Estados Unidos no tuvo una participación directa, sin embargo, estos dos hitos impulsaron su hegemonía en el sistema internacional para finales del Siglo XX, tal y como lo explica Gramsci (Piñón, 1989, pág. 273):

(...) hegemonía no es una simple mezcla o alianza del dominio y el consenso (...) sino hegemonía social, propia no del gobierno político o “dominio directo”, sino relativa al “consenso espontáneo” dado por las grandes masas de la población a la dirección de la vida social impuesta por el grupo gobernante.

Así, el Muro de Berlín, como el mayor símbolo de la Guerra Fría, cayó (quinto hito histórico) tras la incesante búsqueda de libertad de movilidad de los ciudadanos de la Alemania oriental (Oceano, 1996), evidenciando que la siembra de valores estadounidenses había dado sus primeros frutos en Europa. En la portada del cómic de 1989 (ver Figura 16) el Capitán América, en conjunto con sus compañeros de batalla, se muestra victorioso ante tres representantes del comunismo soviético caídos: un oso pardo europeo y dos personajes antagónicos con el símbolo de la oz y el martillo en sus pechos, todo esto bajo las palabras “*Good work, men... The Avengers have murdered the Soviet super-soldiers!*”, simbolizando la victoria de los valores estadounidenses.

Así mismo, un año después en 1990 inició la desintegración de la URSS en diversas naciones que conformaron sus nuevos sistemas de gobierno en los valores estadounidenses de democracia y libertad (Huntington, 1996), hecho que brindó otra victoria simbólica para la expansión de la democracia estadounidense y legitimó su hegemonía política, económica y cultural, siguiendo lo estipulado por Onuf (1998): una regla obedecida por los actores genera una práctica legitimada y naturalizada. De este modo, la regla de la democracia como sistema

político ideal se legitimó en una práctica post-desintegración soviética por los nuevos agentes que la adoptaron. En la portada del cómic de 1991 (ver Figura 17) se observa a un imponente Capitán América flameando la bandera estadounidense delante de un paisaje que vislumbra a la Estatua de la Libertad y el *World Trade Center*, mismos que simbolizan la libertad y el capital. Así es como a finales del Siglo XX Estados Unidos se consolidó como una hegemonía política, económica y cultural (Veraza, 2004).

“Con el paso de los años, el Capitán ha visto un giro completo, desde obediente soldado a individuo obstinado” (Enciclopedia Marvel, 2015, pág. 67). Este personaje típico es el reflejo de la construcción y reconstrucción cultural estadounidense y de su capacidad de producir y reproducir su hegemonía al generar una conexión práctica y una respuesta pragmática con sus lectores (Eco, 1968). Es decir, las personas construyen el mundo del que forman parte, la comprensión de los símbolos encontrados son el resultado de la información preconcebida como sociedad respecto de qué es Estados Unidos para los estadounidenses y el mundo (Onuf, 2014). En ese sentido, los mensajes remitidos a través del lenguaje escrito o visual configuran las identidades de las sociedades y contribuyen en los intereses estatales, mismos que son reflejados en el sistema internacional (Wendt, 2005).

En conclusión, entender al Capitán América desde la heráldica por su uniforme militar y la construcción de la identidad estadounidense desde el destino manifiesto, explica como el personaje ha promovido la construcción de una cultura hegemónica que se respalda de los valores democráticos para intervenir en el mundo en pro de la paz y la seguridad colectiva dentro del sistema político internacional (Wendt, 1995). Además, la relación entre los diferentes actores (agentes) del sistema internacional (Estados Unidos, empresas de la industria cultural, ciudadanos estadounidenses y del mundo) exponen la forma en la que el poder blando y la globalización (reglas) han contribuido en la creación de una sociedad hegemónica y, por tanto, en la configuración actual del mundo la sociedad cumple un rol trascendental (prácticas) para el alcance de propósitos del gobierno demostrando que efectivamente los agentes (Empresa Marvel y creadores del cómic) actúan en una sociedad para alcanzar metas

(Onuf, 1998). De esta manera, se confirma lo propuesto por Gramsci cuando sostiene que una hegemonía no es solo política o económica, sino también cultural porque necesita de un gobernante lo suficientemente poderoso para causar revolución y transformar lo establecido, Estados Unidos llegó en el siglo XX y causó revolución desde las bases y alcanzó posicionarse de tal manera que mantiene el orden mundial del sistema internacional.

Finalmente, en la disertación de grado presente se estudió el caso del cómic del Capitán América lo cual evidencia el cumplimiento del objetivo general de analizar como los productos culturales son parte del poder blando que influye en el imaginario social y contribuye en la construcción de una hegemonía cultural que fortalece el poder estadounidense por encima de otras naciones del mundo.

VII. CONCLUSIONES

La hipótesis de la presente disertación de grado sostiene que el posicionamiento de Estados Unidos en el sistema internacional durante el siglo XX, ha prolongado su hegemonía hasta la actualidad, lo cual impulsaría la globalización de productos culturales de empresas transnacionales estadounidenses que contribuyen, a través del poder blando, al cumplimiento de objetivos políticos, económicos y culturales de los Estados Unidos, lo que evidencia que un bien cultural como el Cómic del Capitán América ha influenciado desde su creación en la construcción social del proyecto hegemónico estadounidense a nivel interno y externo.

En este sentido, se puede concluir que Estados Unidos cimentó su hegemonía durante el siglo XX a través de la expansión de su modelo político democrático – capitalista y su cultura. En efecto, la cultura estadounidense se diferencia de las otras debido al establecimiento de su doctrina nacional expresada en el destino manifiesto, cuyo mandato divino de ser una nación fuerte para ayudar a los demás, motivó la construcción de una identidad nacional basada en los valores democráticos, dicha cultura se expandió en el mundo, a través del poder blando y la globalización, debido a la producción en masas de bienes culturales de empresas transnacionales estadounidenses. Y así, el objeto de estudio del cómic del Capitán América que surgió de la sociedad estadounidense como una manifestación en contra del nazismo, llegó a las masas como un bien cultural creado por la Industria Marvel, cuyo diseño encarnó los valores estadounidenses, lo cual generó vinculación con sus consumidores y de esta forma el Estado fue apoyado en las decisiones que tomó a lo largo del siglo XX en nombre de la paz, la seguridad colectiva y el orden mundial. Por consiguiente, la hipótesis se cumple totalmente.

A continuación se presentan las conclusiones que apoyan esta afirmación:

- Desde la I Guerra Mundial Estados Unidos ya formaba parte de los países con poder en el sistema internacional. Sin embargo, a partir de la I Guerra Mundial y con mayor énfasis durante y después de la II Guerra Mundial, los

gobernantes del país demostraron un rol protagónico en los distintos procesos políticos, económicos y culturales, propio de un país líder, lo cual evidencia que la manera en la que una sociedad se construye, explica el comportamiento a nivel del sistema internacional. Es decir, los gobernantes de Estados Unidos interpretaron el destino manifiesto como la responsabilidad que tienen ante el mundo de crear un país fuerte, capaz de proveer ayuda y defender a los demás, a través de la obligación de precautelar los valores democráticos: libertad, justicia e igualdad.

- Estados Unidos relacionó su crecimiento económico con el modelo de gobierno democrático, el éxito que alcanzó el desarrollo de su economía, resultó atractivo para los demás países que adoptaron la democracia y de manera consecuente la economía de mercado capitalista. Sin embargo, estos procesos se reforzaron con la creación de organismos e instituciones intergubernamentales que promueven la democracia, la seguridad colectiva y regulan la economía. Así, los países que son miembros de la ONU, OEA u OTAN también son parte de la OMC, el BM o el FMI, generando las redes de interdependencia en el sistema internacional que explica el fenómeno de la globalización y consolida el poder en una sola nación.
- La globalización fusiona los procesos domésticos e internacionales de los países y engloba la dimensión política, económica y cultural. De esta manera, los países, las empresas transnacionales de Estados Unidos y la sociedad estadounidense y de otros Estados son actores que interactúan en un mundo globalizado desde la perspectiva estadounidense. Por esta razón, el poder blando se manifiesta en la interacción de estos actores mediante el intercambio de bienes culturales producidos en Estados Unidos, los cuales son acogidos en otras culturas por la identidad, los valores y la historia que representan, haciendo que la construcción del imaginario social se estructure en función de los intereses de la hegemonía.
- Los creadores del Cómic del Capitán América diseñaron el personaje pensando en que debe representar a Estados Unidos. En ese sentido, crear al superhéroe con el argumento de manifestar su opinión en contra del nazismo

demostró que: los ciudadanos estadounidenses (a pesar de ser ascendientes judíos) tienen una identidad propia basada en la aceptación a los valores de libertad, justicia y democracia y no por sus orígenes; hicieron uso de su derecho de libertad de expresión que consta en la carta magna de Estados Unidos; y las ideas sobre las cuales los creadores se inspiraron para crear el Capitán América eran preconcebidas por los discursos de salvadores y libertadores de los gobernantes que alcanzaron el poder hasta aquel entonces, cumpliendo la premisa de Onuf cuando menciona que el lenguaje construye sociedades y por ende el sistema político internacional.

- La lucha ideológica entre la democracia y el comunismo representado por Estados Unidos y la Unión Soviética, constituyó una oportunidad para que Estados Unidos cimiente su poder político, económico y sobre todo cultural. La Guerra Fría marcó el inicio de la propaganda política como herramienta Estatal para que las sociedades de manera autónoma conciban la democracia como “lo bueno” y el comunismo como “lo malo”, a través del uso del poder blando, desde la política exterior estadounidense y la participación de empresas transnacionales estadounidenses que gracias a la globalización difundieron los ideales, valores, creencias y cultura estadounidense, a través del cine, la televisión, la literatura, entre otros. Este proceso liderado por Estados Unidos causó la revolución en las bases, sobre todo en la cultura de las sociedades y así fomentó lo que Gramsci denomina hegemonía cultural.
- La diferencia entre un producto cultural y un producto tradicional radica en la expresión de la identidad, los valores, las creencias y las ideologías de la cultura que la fábrica, en ese sentido, los consumidores del producto cultural se identifican o vinculan con la cultura del mismo. En ese sentido, el éxito del cómic del Capitán América se debe al valor simbólico que tiene el objeto frente a las masas, el personaje es Estados Unidos y las sociedades se han construido bajo el ideal de que Estados Unidos es un país de oportunidades, rico, fuerte que busca salvar el mundo de todo lo que vaya en contra de sus ideales y valores. Lo cual explica la normalización de las reglas impuestas desde Estados Unidos como agente principal del sistema internacional.

- El Capitán América es un artefacto que encarna los valores estadounidenses y que continúa buscando respuestas pragmáticas de sus lectores, perennizándose como hegemonía y legitimando simbólicamente su rol en el sistema internacional gracias al reforzamiento de su identidad y visión de salvadores del mundo desde el destino manifiesto. En ese sentido, aunque la reproducción de otros productos culturales del Capitán América en el cine y la televisión no tuvieron tanto éxito como los cómics en el siglo XX, el Capitán América es uno de los superhéroes con mayor aceptación y se encuentra entre los seis primeros de todo el universo de superhéroes creados por la industria Marvel. Actualmente (siglo XXI), la producción de películas con roles protagónicos le ha devuelto su auge, sin embargo, este personaje cumplió con el propósito por el cual fue creado por sus autores, y por tanto los estadounidenses que crecieron con este cómic naturalizaron la idea de ir a la guerra y defender su posición del más fuerte y salvador del mundo tal cual como lo manifiesta el súper-soldado en sus hazañas.

VIII. RECOMENDACIONES

- Con respecto a la metodologías de investigación implementada, se sugiere profundizar en el análisis del Capitán América desde el método propuesto por Eco de tramas y personajes típicos para descifrar si es arte estético o simplemente narrativa comercial para las masas, ya que al ser un producto cultural creado desde la identidad estadounidense, cabe preguntarse si el personaje representa un objeto más de la cultura pop de Estados Unidos, o puede ser categorizado como un bien artístico.
- Se recomienda continuar con el estudio del Capitán América no solo como símbolo de la seguridad colectiva en el sistema internacional, sino desde la conformación del sentido de patriotismo para fines de acuartelamiento, es decir, como el personaje cumple una función propagandística que motiva a los y las jóvenes estadounidenses y no estadounidenses a enlistarse en las diferentes ramas del ejército de los Estados Unidos.
- Como parte del proceso de investigación realizado se recomienda hacer un grupo focal que responda una encuesta orientada a entender el simbolismo que representa el objeto de estudio a simple vista por la sociedad y así concatenar los resultados de la encuesta con el ejercicio del análisis semiótico y teórico del o la investigador/a
- Se sugiere realizar estudios desde las relaciones internacionales que analicen la identidad de los estadounidense acogida por extranjeros y cumple el principio de que Estados Unidos es el país de las oportunidades y la esperanza y en donde los sueños se hacen realidad, puesto que al ser un Estado construido por ciudadanos migrantes que han logrado el éxito, cabe cuestionarse si realmente el poder está en los estadounidenses o recae en genios de otros países que adoptan la identidad estadounidense que les brinda la libertad de ser y escoger y son capaces de crear incluso lo inimaginable. Por ejemplo: Walter Disney dueño del imperio Disney, de orígenes canadiense y alemán quién llevó su imaginación a la realidad

- Se recomienda el estudio de los productos culturales en el campo de las relaciones internacionales como elementos contruidos desde las culturas de los Estados que conforman un actor importante del sistema internacional, puesto que en el siglo actual, las personas y las sociedades viven dinámicas y procesos de cambios continuos y acelerados que responden al surgimiento de grupos en contra de lo establecido y obliga a los distintos actores a pensar nuevas formas de alcanzar un equilibrio
- Respecto de las teorías constructivistas utilizadas en la investigación se sugiere utilizar nuevos conceptos que complementen el estudio y análisis realizado para profundizar la relación entre los actores identificados como la empresa privada que produce un bien cultural, la sociedad y el Estado como parte de la construcción de una sociedad y por ende del sistema internacional
- Finalmente, la semiótica y el análisis de tramas y personajes típicos son herramientas útiles en el estudio de las relaciones internacionales y los estudios culturales, por lo que se recomienda estudiar otros casos de productos culturales.

LISTA DE REFERENCIAS

Libros

- Aristóteles. (1982). *Tratados de Lógica - Organón I*. Madrid: Gredos S.A.
- Barilli, R. (1958). Lukács e gli scrittori dell'avanguardia. *Il Mulino*, 325-365.
- Barthes, R. (1971). *Elementos de semiología*. Madrid: Alberto Corazón Editor.
- Benjamín, O. (1995). *Cultura y tiempo*. Madrid: Aguaclara.
- Brigham, J. (1988). *Las Libertades Civiles y la Democracia Estadounidense*. México: Gernika.
- Campione, D. (2014). *Leer Gramsci*. Ediciones Continente .
- Cueva, M. (2008). *El Culturalismo Estadounidense, una mirada histórica*. México: Bonilla Artigas.
- Dittmer, J. (2005). Captain America's Empire: Reflections on Identity, Popular Culture, and Post-9/11 Geopolitics. *Annals of the Association of American Geographers*, 626-643.
- Dorfman, A., & Mattelar, A. (1971). *Para leer el Pato Donald*. Siglo Veintuno editores
- Eagleton, T. (2001). *La idea de Cultura*. Barcelona: Paidós.
- Eco, U. (1968). *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*. Barcelona: Editorial Lumen.
- Eco, U. (2000). *Tratado de Semiótica General*. Barcelona: Luman S.A.
- Enciclopedia Marvel. (2015). *Capitán América*. Lima, Perú: Lupp Solutions S.L.
- Faulkner, H. U. (1956). *Historia Económica de los Estados Unidos*. Argentina: Nova.
- Featherstone, M. (1990). *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*. Londres: Sage Publications.
- Frutiger, A. (2005). "Signos, Símbolos, Marcas, Señales: Elementos, Morfología, Representación, Significación". Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Gispert, C. (1996). *Enciclopedia Autodidacta Océano Color*. Barcelona: Océano Grupo Editorial, S.A. .
- Gramsci, A. (1978). *El concepto de hegemonía*. México DF: Cultura Popular.
- Guiraud, P. (1972). *La semiología*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Hernández, J. (2016). Estados Unidos y el Antinorteamericanismo. Identidad cultural y seguridad nacional . En M. Gandásegui, *Estados Unidos y la nueva correlación de*

- fuerzas internacionales* (pág. 286). Buenos Aires : Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales .
- Huntington, S. (1996). La tercera ola de la democracia. En L. Diamond, & M. Plattner, *El resurgimiento global de la democracia* (págs. 3-23). Mexico: Instituto de investigaciones sociales UNAM.
- Jorge, D. (2016). *Inseguridad colectiva: La Sociedad de Naciones, la Guerra de España y el fin de la paz mundial*. Valencia: Tirant Humanidades.
- Kennedy, J. F. (2008). *A Nation of Immigrants* . New York: HarperCollins.
- Lipset, S. (2000). *El excepcionalismo norteamericano. Una espada de dos filos*. México: FCE.
- McEniry, M., Mosses Peaslee, R., & Weiner, R. (2016). *Marvel Comics into Films: Essays on Addaptations since the 1940s*. Carolina del Norte: McFarland & Company.
- Mead, W. R. (2002). *Special Providence American Foreign Policy and how it changed the world* . New York: Taylor & Francis Bool.
- Mittleman, J. (2002). *El Síndrome de la Globalización*. Mexico: Siglo XXI.
- Mowery , D., & Rosenberg, N. (1998). *Paths of Innovation: Techological Change in 20th-Century America*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nye, J. (2003). *La paradoja del poder nortemericano, ¿Por qué la única superpotencia mundial no puede ir sola?* Buenos Aires: Taurus.
- Nye, J. (2015). *The Soft Power Global Report*. Portland: Portlando Communications.
- Oceano. (1996). *Autodidacta Oceano Color*. España: MCMXCV OCEANO.
- Onuf, N. (1989). *World of Our Making: Rules and Rule in Social Theory and International Relations*. South Carolina: Columbia University Press .
- Phillips, J. K. (2003). National Standards for Foreign Languages Learning. En L. Dale , & P. Michael, *Culture as the Core*. Information Age Publishing.
- Pierce, C. (1961). *La eoria dell'informazione*. Milán: Mondadori.
- Piñón, F. (1989). *Gramsci: Prolegómenos. Filosofía y Política*. México D.F.: Plaza y Valdés.
- Ricoeur, P. (1962). Hermeneutique et réflexion. *Symposium Demitizzazione e Immagine*. Roma.
- Rosenberg, E. (1982). *Spreading the American Dream: American Economic and Cultural Expansion 1890-1945*. Nueva York: Hill and Wang.

- Stiglitz, J. (2002). *El malestar de la globalización*. Norton & Company.
- Veraza, J. (2004). *El siglo de la hegemonía mundial de Estados Unidos. Guía para comprender la historia del siglo XX, muy útil en el XXI*. México D.F: Itaca.
- Wallerstein, I. (2005). *Análisis de Sistema Mundo*. México: Siglo XXI.
- White, M. D. (2014). *The Virtues of Captain America*. Nueva York: Jhon Wiley & Sons, Inc.
- Wittkopf, E. R., Jones, C. M., & Kegley, J. C. (2008). *American Foreign Policy: Pattern and Process* (Séptima ed.). Belmont, California: Thomson Higher Education.

Revistas

- Wendt, A. (2 de Marzo de 2005). La anarquía es lo que los estados hacen de ella. La construcción social de la política de poder. *Revista académica de Relaciones Internacionales*(1), 1-47.
- Torres, M. (2005). El Poder Blando. ¿Una alternativa a la fuerza militar? *Revista Política y Estrategia*(100), 1-14.

Páginas Web

- Arroyo, M. (2002). *El malestar en la globalización*. Obtenido de Universidad de Barcelona: <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-403.htm>
- Banco Mundial. (2015). *Personal de las fuerzas armadas de Estados Unidos, total* . Obtenido de Banco Mundial : <https://datos.bancomundial.org/indicador/MS.MIL.TOTL.P1?end=2015&locations=US&start=1985>
- Banco Mundial. (2016). *Banco Mundial*. Obtenido de Datos de los Estados Unidos: <https://datos.bancomundial.org/pais/estados-unidos>
- Banco Mundial. (2016). *Gasto militar % PIB*. Obtenido de Banco Mundial : <https://datos.bancomundial.org/indicador/MS.MIL.XPND.GD.ZS?locations=US>
- Banco Mundial. (2018). *Población de Estados Unidos*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL?locations=US>
- Banco Mundial. (2018). *Población de Estados Unidos y el mundo*. Obtenido de Banco Mundial : <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL>
- BBC. (2004). *El idioma inglés en expansión* . Obtenido de http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/misc/newsid_4082000/4082105.stm
- Benuvento, S. (2016). *Los cómics más vendidos de la historia*. Obtenido de VIX: <https://www.vix.com/es/btg/comics/3228/los-comics-mas-vendidos-de-la-historia>

- Berset-Price, V. (2017). *From Pop Culture to Global Culture: How Millennials and Technology Are Influencing Our World*. Obtenido de The Huffington Post: https://www.huffingtonpost.com/valerie-beretprice/from-pop-culture-to-global_b_8765928.html
- Borda, S. (08 de 2013). *Estados Unidos o el último estado hegemónico*. Obtenido de Nueva Sociedad: <http://nuso.org/articulo/estados-unidos-o-el-ultimo-estado-hegemonico-el-poder-en-la-era-del-ascenso-y-la-consolidacion-del-resto-del-mundo/>.
- Bordo, M. (Enero de 1993). The Bretton Woods International Monetary System: A Historical Overview. En N. B. Research, *A Retrospective on the Bretton Woods System: Lessons for International Monetary Reform* (págs. 30-33). Chicago: University of Chicago Press. Obtenido de A Retrospective on the Bretton Woods System: Lessons for International Monetary Reform: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.729.2962&rep=rep1&type=pdf>
- Box Office Mojo. (Enero de 2018). *Captain America*. Obtenido de Box Office Mojo: <http://www.boxofficemojo.com/movies/?id=captainamerica.htm>
- Cabrera, A. A. (Octubre de 2013). *Facultad de economía de la UNAM*. Obtenido de Global Economy History 1870-1950: <http://www.economia.unam.mx/publicaciones/econinforma/382/06aparicio.pdf>
- Calduch, R. (1991). *Ediciones Ciencias Sociales*. Recuperado el 09 de 12 de 2017, de Las Organizaciones Internacionales Gubernamentales: <https://profjosedinarte.files.wordpress.com/2013/05/lib1cap9.pdf>
- Cartoon Intro. (sf). *Captain America*. Obtenido de Youtube: https://www.youtube.com/watch?time_continue=5&v=cVU4HURKEXs
- Chong, A. (2007). *The Foreign Policy Potential of Small State Soft Power Information Strategies*. Obtenido de National University of Singapore: <http://www.eisa-net.org/be-bruga/eisa/files/events/turin/Chong-ALAN%20CHONG%202007%20The%20Foreign%20Policy%20Potential%20of%20Small%20State%20Soft%20Power.pdf>
- Cismas, S. (sf). *The Polytechnic University of Bucharest*. Obtenido de The impact of American Culture on other cultures: Language and Cultural Identity: <http://www.wseas.us/e-library/conferences/2010/Cambridge/AIKED/AIKED-61.pdf>
- CNN. (22 de Mayo de 2015). *Las 12 series más populares en la historia*. Obtenido de <http://cnnspanol.cnn.com/2015/05/22/las-12-series-mas-populares-en-la-historia/>

- Constitutional Rights Foundation. (2017). *Constitutional Rights Foundation*. Obtenido de America's Foreign Policy: A brief History: <http://www.crf-usa.org/war-in-iraq/foreign-policy.html>
- Cordoba, D. H. (19 de 05 de 2008). *El poder blando de Estados Unidos*. Recuperado el 2018 de 01 de 20, de América Latina en movimiento : <https://www.alainet.org/es/active/24165>
- Cuello, E. (2007). *Democracia: Institucionalización y Accountability*. Recuperado el 2017 de 12 de 06, de Revista de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de Santa Fe: file:///C:/Users/User/Downloads/184-491-1-PB.pdf
- Danghon Zhan . (27 de 06 de 2014). *Deutsch e Welle*. Obtenido de Bretton Woods: 70 años de un orden económico mundial: <http://www.dw.com/es/bretton-woods-70-a%C3%B1os-de-un-orden-econ%C3%B3mico-mundial/a-17742374>
- De Swan Arons, M. (03 de Octubre de 2011). *How Brands Were Born: A Brief History of Modern Marketing*. Obtenido de The Atlantic: <https://www.theatlantic.com/business/archive/2011/10/how-brands-were-born-a-brief-history-of-modern-marketing/246012/#slide1>
- Departamento de Estado de Estados Unidos. (2007). *La economía de Estados Unidos en Síntesis*. Recuperado el 02 de 01 de 2018, de Oficina de programas de información internacional: https://photos.state.gov/libraries/amgov/30145/publications-spanish/economy_in_brief_sp.pdf
- Diamond, L. (9 de Octubre de 2003). *Revista Española de Ciencia Política*. Obtenido de Revista Española de Ciencia Política: <https://recyt.fecyt.es/index.php/recp/article/view/37345/20863>
- Dooley, M., Folkerts-Landau, D., & Garber, P. (2003 de Septiembre de 2003). *AN ESSAY ON THE REVIVED BRETTON WOODS SYSTEM*. Obtenido de NATIONAL BUREAU OF ECONOMIC RESEARCH: <http://www.nber.org/papers/w9971.pdf>
- Duarte, F., & Valdes, U. (2013). *Revista Académica del CISAN UNAM*. Obtenido de Del poder duro al poder inteligente. La nueva estrategia de seguridad de Barack Obama o de la sobrevivencia de la política exterior de Estados Unidos: <http://www.revistanorteamerica.unam.mx/index.php/nam/article/view/206>
- Eisenhower, D. D. (1953). *La propaganda anticomunista durante la Guerra Fría*. Obtenido de Jot Down contemporary culture mag: <http://www.jotdown.es/2013/03/la-propaganda-anticomunista-durante-la-guerra-fria/>
- Elbein, A. (24 de Mayo de 2017). *The Real Reasons for Marvel Comics' Woes*. Obtenido de The Atlantic: <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2017/05/the-real-reasons-for-marvel-comics-woes/527127/>

- Fondo Monetario Internacional. (2000). *La globalización: ¿Amenaza u oportunidad?* Obtenido de Fondo Monetario Internacional: <https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/esl/041200s.htm#II>
- Fondo Monetario Internacional. (marzo de 2002). *Fondo Monetario Internacional*. Obtenido de Globalización marco para la participación del FMI: <https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2002/esl/031502s.htm>
- Fondo Monetario Internacional. (marzo de 2002). *Globalización marco para la participación del FMI*. Obtenido de Fondo Monetario Internacional: <https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2002/esl/031502s.htm>
- Fondo Monetario Internacional. (2013). *Crecimiento Real del PIB de Estados Unidos 1929-2009*. Obtenido de <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2013/update/02/>
- Fuentevilla, C. (2008). *El Destino Manifiesto en la representación de la Doctrina de la Seguridad Nacional*. Obtenido de Dialnet: <file:///C:/Users/User1/Downloads/Dialnet-ElDestinoManifiestoEnLaRepresentacionDeLaDoctrinaD-2573575.pdf>
- Fundación Ceibal. (sf). *Expansión de la Revolución Industrial en el Siglo XX*. Obtenido de http://contenidos.ceibal.edu.uy/fichas_educativas/public/historia/mundo/001-la-revolucion-industrial.html
- Gallup. (2010). *Americans See U.S. as Exceptional*. Obtenido de Gallup News: <http://news.gallup.com/poll/145358/americans-exceptional-doubt-obama.aspx>
- Gallup. (2018). *Timeline Of Polling History: Events That Shaped the United States, and the World*. Obtenido de Gallup News: <http://news.gallup.com/poll/9967/timeline-polling-history-events-shaped-united-states-world.aspx>
- Galtung, J. (08 de 1990). *La violencia: cultural, estructural y directa*. Obtenido de Dialnet: <file:///C:/Users/user1/Downloads/Dialnet-LaViolencia-5832797.pdf>
- Garcia, N. (1996). *Culturas en Globalización*. Obtenido de Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20130823032404/canclini.pdf>
- Hartsell, M. (03 de Noviembre de 2017). *The American Way: How Comic Books Reflect Our Culture*. Obtenido de Medium: <https://medium.com/@librarycongress/the-american-way-how-comic-books-reflect-our-culture-47620e71f599>
- Hidalgo, D. (15 de 04 de 2007). *El triunfo de la democracia a finales del siglo XX: ¿Fin de la Historia?* Recuperado el 05 de 11 de 2017, de Fundación Dialnet: [file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-ElTriunfoDeLaDemocraciaAFinalesDelSigloXX-2485444%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-ElTriunfoDeLaDemocraciaAFinalesDelSigloXX-2485444%20(1).pdf)

- Hindle, T. (2009). *Mass production*. Obtenido de The Economist: <http://www.economist.com/node/14299820>
- Historia Siglo XX. (sf). *Niveles de industrialización per cápita 1890-1938*. Obtenido de <http://www.historiasiglo20.org/enlaces/revindustrial.htm>
- Hyde, D. (20 de marzo de 2009). *Superheroes rise in tough times*. Obtenido de CNN: <http://edition.cnn.com/2009/SHOWBIZ/books/03/18/superhero.history/index.html>
- Ingram, M. (8 de Octubre de 2015). *Six years later, Disney's acquisition of Marvel looks smarter than ever*. Obtenido de Fortune Magazine: <http://fortune.com/2015/10/08/disney-marvel/>
- Jefferson, T. (04 de 07 de 1776). *Biblioteca Digital Mundial* . Obtenido de Declaration of Independence : <https://www.wdl.org/es/item/109/>
- Justo, M. (2013). *¿Por qué cuando estornuda EEUU la convaleciente economía mundial se resfría más?* Obtenido de Periodista Digital : <http://www.periodistadigital.com/economia/instituciones/2013/10/02/por-que-cuando-estornuda-eeuu-la-convaleciente-economia-mundial-se-resfria-aun-mas.shtml>
- Kannan, S. (19 de 11 de 2014). *How McDonald's conquered India*. Obtenido de BBC News: <http://www.bbc.com/news/business-30115555>
- Kasser, T., & Ryan, R. (Noviembre de 1994). *University of Rochester*. Recuperado el 19 de Enero de 2018, de Further Examining the American Dream: Differential Correlates of Intrinsic and Extrinsic Goals: https://www.researchgate.net/profile/Richard_Ryan2/publication/246276634_Further_Examining_the_American_Dream_Differential_Correlates_of_Intrinsic_and_Extrinsic_Goals/links/53e0b9240cf2d79877a4f479/Further-Examining-the-American-Dream-Differential-Correla
- Krcatovich, D. (Febrero de 2014). *The Secret History of the Captain America Movies: Bad Hollywood deals and good-natured straight-to-video goofiness*. Obtenido de Esquire : <http://www.esquire.com/entertainment/movies/a27175/captain-america-movies-history/>
- Lerman, R., & Schmidt, S. (1999). *AN OVERVIEW OF ECONOMIC, SOCIAL, AND DEMOGRAPHIC TRENDS AFFECTING THE US LABOR MARKET* . Obtenido de United States Department of Labor: <https://www.dol.gov/oasam/programs/history/herman/reports/futurework/conference/trends/Trendsintro.htm>
- Library of Congress. (2017). *Biblioteca Digital Mundial*. Obtenido de Declaración de la Independencia: <https://www.wdl.org/es/sets/us-history/timeline/#11>

- Llosa, M. V. (16 de abril de 2000). *El País*. Obtenido de Las culturas y la globalización: https://elpais.com/diario/2000/04/16/opinion/955836005_850215.html
- López, E. D. (10 de Febrero de 2007). *Canadá: entre el sueño americano y el sueño canadiense*. Obtenido de Revista Digital Universitaria : http://www.revista.unam.mx/vol.8/num2/art04/feb_art04.pdf
- Louçã, F., & Mendonça, S. (01 de Agosto de 2002). *Steady Change: The 200 largest US manufacturing firms throughout the 20th century*. Obtenido de Oxford Academic Journals : <https://academic.oup.com/icc/article-abstract/11/4/817/705836?redirectedFrom=PDF>
- Maddison, A. (2007). *The Shift from Equitable to Inequitable Growth After 1980: Helping the Rich Has Not Helped the Not-So-Rich*. Recuperado el 20 de Enero de 2018, de University of Groningen : <http://www.ggdc.net/MADDISON/oriindex.htm>
- Market Business News. (2018). *What is economic growth?* Recuperado el 2018, de Market Business News: <http://marketbusinessnews.com/financial-glossary/economic-growth/>
- Martins, C. (2016). El Sistema -Mundo Capitalista y los Nuevos Alineamientos Geopolíticos en el Siglo XXI. En CLACSO, *Estados Unidos y la nueva correlación de fuerzas internacional* (págs. 39-69). Buenos Aires, Argentina: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales . Recuperado el 01 de 14 de 2018, de El Sistema Mundo Capitalista y los Nuevos alineamientos geopolíticos en el Siglo XXI: http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20160520033930/Estados_Unidos.pdf
- Marvel. (9 de Mayo de 2017). *Marvel.com*. Obtenido de http://marvel.com/characters/8/captain_america
- McCracken, Z. (2017). *Marvel and DC sales figures*. Obtenido de The Fantastic Four 1961-1989 was the great American Novel: http://zak-site.com/Great-American-Novel/comic_sales.html
- Méndez, L. (2007). *La Globalización y el Estado Nacional*. Obtenido de Universidad Complutense de Madrid: <http://eprints.ucm.es/7554/1/luismendez.pdf>
- Mendiola, F. (2010). *Los años dorados del desarrollo (1945-1973)*. Obtenido de Universidad Pública de Navarra: <https://miaulario.unavarra.es/access/content/group/9b1c8981-0eb2-4277-ae6e-71ec1060453c/materiales%20HEM/tema%206%20HEM%2020102011.pdf>
- Merriam-Webster. (Enero de 2018). *Comic Book*. Obtenido de Merriam-Webster: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/comic%20book>
- Moneta, C. (sf). *Los Procesos de globalización, reflexiones sobre su concepción y efectos sobre la evolución del Sistema Mundial*. Obtenido de Research Gate:

<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Yo1z2706l-sJ:https://auroradechile.uchile.cl/index.php/REI/article/download/15346/24850+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec>

Montiel, E. (2010). *Diplomacia Cultural. Un enfoque estratégico de la política exterior para la era intercultural* . Obtenido de UNESCO: <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001906/190623s.pdf>

More, E. (2014). *Sistemas económicos y modelos de economía moderna*. Recuperado el 13 de 01 de 2018, de Universidad Autónoma de Colombia: http://www.fuac.edu.co/recursos_web/documentos/publicaciones/descargalibros/TOMO3SISTEMASECOWP.pdf

More, E. (2014). *Universidad Autónoma de Colombia*. Recuperado el 13 de 01 de 2018, de Sistemas económicos y modelos de economía moderna : http://www.fuac.edu.co/recursos_web/documentos/publicaciones/descargalibros/TOMO3SISTEMASECOWP.pdf

Naciones Unidas. (1945). *Carta de las Naciones Unidas*. Obtenido de Naciones Unidas: <http://www.un.org/es/sections/un-charter/preamble/index.html>

Naciones Unidas. (08 de 03 de 2010). *Organización de las Naciones Unidas*. Recuperado el 06 de 11 de 2017, de Organización de las Naciones Unidas: <http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/RES/64/155>

Naciones Unidas. (2018). *Replanteamiento de la Globalización*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas: <http://www.un.org/es/aboutun/booklet/globalization.shtml>

Nafria, I. (06 de 04 de 2015). *Las 20 películas más taquilleras de la historia* . Obtenido de La Vanguardia: <http://www.lavanguardia.com/vangdata/20150406/54429435087/20-peliculas-taquilleras.html>

National Archives. (1787). *La Constitución de los Estados Unidos de América*. Obtenido de National Archives : <https://www.archives.gov/espanol/constitucion.html>

National Endowment for Democracy. (2017). *National Endowment for Democracy*. Obtenido de National Endowment for Democracy: <https://www.ned.org/>

Navarra, U. P. (2010). *Los años dorados del desarrollo* . Obtenido de <https://mialario.unavarra.es/access/content/group/9b1c8981-0eb2-4277-ae6e-71ec1060453c/materiales%20HEM/tema%206%20HEM%2020102011.pdf>

Nemiña, P. (2010). *Los planes White y Keymes de creación del FMI bajo la mirada de Prebisch*. Obtenido de Revista de Temas Sociales Universidad Nacional de San Luis: <file:///C:/Users/User1/Downloads/Dialnet-LosPlanesWhiteYKeynesDeCreacionDelFMIBajoLaMiradaD-3702332.pdf>

- Noack, R., & Gamio, L. (23 de 04 de 2015). *The world's languages, in 7 maps and charts*. Obtenido de The Washington Post: <https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2015/04/23/the-worlds-languages-in-7-maps-and-charts/>
- North Atlantic Treaty Organization. (4 de April de 1949). *Carta de Washington*. Obtenido de https://www.nato.int/cps/en/natolive/official_texts_17120.htm
- Nu'tutupu Giles, W. (2015). National Poetry Slam - Captain America. Oakland, California, Estados Unidos. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=116HaRJV6xY>
- Observatorio Vasco de la Cultura . (sf). *Diplomacia Cultural*. Obtenido de http://www.kultura.ejgv.euskadi.eus/contenidos/informacion/keb_argitalpenak_sektoreka/es_kebargit/adjuntos/diplomacia_cultural.pdf
- OMC. (2017). *¿Qué es la Organización Mundial del Comercio?* Obtenido de Organización Mundial del Comercio: https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/fact1_s.htm
- OMC. (2017). *¿Qué hacemos?* Obtenido de Organización Mundial del Comercio : https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/what_we_do_s.htm
- Onuf, N. (1998). *Constructivism: A User's Manual*. Obtenido de Nueva Universidad de Bulgaria: https://e-edu.nbu.bg/pluginfile.php/517797/mod_resource/content/1/516687_onuf_constructivism%20users%20manual.pdf
- Onuf, N. (24 de Abril de 2014). *Erik Castrén Institute of International Law and Human Rights* . Obtenido de Rule and Rules in International Relations : http://www.helsinki.fi/eci/Events/Nicholas%20Onuf_Rule%20and%20Rules%20%204-2-14.pdf
- Organización de Estados Americanos. (30 de Abril de 1948). *Carta de la Organización de Estados Americanos*. Obtenido de http://www.oas.org/dil/esp/afrodescendientes_manual_formacion_lideres_anexos.pdf
- Organización de Estados Americanos. (30 de Abril de 1948). *Carta de la Organización de Estados Americanos*. Obtenido de Organización de Estados Americanos: http://www.oas.org/dil/esp/afrodescendientes_manual_formacion_lideres_anexos.pdf
- Organización de las Naciones Unidas. (2018). *Todo lo que siempre has querido saber sobre las Naciones Unidas*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas: <http://www.un.org/es/aboutun/booklet/globalization.shtml>
- Organización de los Estados Americanos. (2017). *Quiénes somos*. Obtenido de http://www.oas.org/es/acerca/quienes_somos.asp

- Ortega, C. (sf). *La cultura como ámbito e instrumento de las relaciones internacionales* . Obtenido de Revista Digital Mexicana de Política Exterior : <https://revistadigital.sre.gob.mx/images/stories/numeros/n85/ortega.pdf>
- OTAN. (4 de April de 1949). *Carta de Washington*. Obtenido de North Atlantic Treaty Organization: https://www.nato.int/cps/en/natolive/official_texts_17120.htm
- OTAN. (1949). *North Atlantic Treat Organzaion*. Obtenido de What's NATO?: <https://freedomhouse.org/reports>
- Pachter, M. (2005). *Boletín informativo de la Embajada de los Estados Unidos* . Obtenido de La Identidad Estadounidense : <https://photos.state.gov/libraries/panama/11567/2005/ausa.pdf>
- Pavlovskaya, A., & Kanash, G. (2013). *Studies in the Context of Globalization and Interaction of Cultures*. Obtenido de The National Character of the Americans: http://national-mentalities.ru/en/west/osobennosti_nacionalnogo_haraktera_amerikancy_a_v_pavlovskaya/
- Peitz, W. (16 de May de 2013). *Captain America: The Epitome of American Values and Identity* . Obtenido de Arcadia University: https://scholarworks.arcadia.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com.ec/&httpsredir=1&article=1003&context=senior_theses
- Pérez, F. (30 de 07 de 2013). *Instituto Español de Estudios Estratégicos* . Obtenido de El Gasto en Defensa de la OTAN : http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2013/DIEEEEO69-2013_GastosDefensaOTAN_PerezMuinelo.pdf
- Portland Communications. (2017). *Global Ranking of Soft Power*. Obtenido de Soft Power 30 Report: <https://softpower30.com/wp-content/uploads/2017/07/The-Soft-Power-30-Report-2017-Web-1.pdf>
- Puerto Becerra, D. (2010). *La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización*. Obtenido de Revista científica Pensamiento y Gestión, No 28 de la Universidad del Norte: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/1025/4971>
- Qualman, D. (27 de Diciembre de 2016). *Exponential growth: US and Canadian GDP in the 20th century*. Obtenido de <http://www.darrinqualman.com/us-canada-historic-gdp-exponential/>
- Ramírez, M. (25 de Febrero de 2005). *Teoría de la Empresa: el Caso de Comex*. Obtenido de Universidad de las Américas Puebla: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/ramirez_o_me/capitulo3.pdf

- Ramsey, T. (Febrero de 2013). *The History of Comics: Decade by decade*. Obtenido de The Artifice: <https://the-artifice.com/history-of-comics/>
- Reeg, C. (2014). *100 Years, 100 Legacies. The lasting impact of World War I*. Obtenido de Wall Street Journal: <http://online.wsj.com/ww1/>
- Reyes, L. (2010). *La Conferencia de Bretton Woods, Estados Unidos y el dólar como Centro de la Economía Mundial* . Obtenido de Redylac: <http://www.redalyc.org/pdf/200/20016326007.pdf>
- Ritula, S. (19 de November de 2014). *BBC*. Obtenido de Is US monopoly on the use of soft power at an end?: <http://www.bbc.com/news/world-29536648>
- Robinson, J., & Martin, M. (June de 2009). *Marvel Comics*. Obtenido de Captain America: <http://readcomiconline.to/Comic/Captain-America-Comics-70th-Anniversary-Special/Full?id=128100#6>
- Rodriguez, F. (2015). *Diplomacia Cultural Qué es? y Qué no es?* Obtenido de Espacios Públicos: <http://www.redalyc.org/pdf/676/67642415002.pdf>
- Roser, M. (2017). *Our World in Data*. Obtenido de Number of democracies between 1800-2010: <https://ourworldindata.org/democracy/#number-of-democracies>
- Ryan, R., Chirkov, V., Little, T., Sheldon, K., Timoshina, E., & Deci, E. (Diciembre de 1999). *The American Dream in Russia: Extrinsic Aspirations and Well-Being in Two Cultures*. Recuperado el 19 de Enero de 2018, de The Agency Lab: <http://www.agencylab.ku.edu/~agencylab/manuscripts/%28Ryan,%20Chirkov,%20Little,%20Sheldon,%20Timoshina%20and%20Deci%201999%29.pdf>
- Sánchez, L. (09 de 2012). *¿De qué se habla cuando se habla de constructivismo? Revisión de sus clasificaciones y categorías* . Obtenido de Revista de Relaciones Internacionales UNAM: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:X0OAqCD0_PAJ:www.revistas.unam.mx/index.php/rri/article/download/48992/44057+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec
- Sanderson, P., Roach, D., & Mangels, A. (25 de 12 de 2017). *Captain America*. Obtenido de Enciclopedia Britannica: <https://www.britannica.com/topic/Captain-America>
- Sartori, G. (1991). *Democracia*. Recuperado el 5 de 11 de 2017, de Repositorio Pontificia Universidad Católica de Chile: <https://repositorio.uc.cl/bitstream/handle/11534/10806/000128782.pdf>
- Schlesinger, A. (2010). *HOLY ECONOMIC HISTORY OF THE AMERICAN COMIC BOOK INDUSTRY, BATMAN!* . Obtenido de Wesleyan University : https://wescholar.wesleyan.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com.ec/&httpsredir=1&article=1428&context=etd_hon_theses

- Sen, A. (1999). *Democracy as a Universal Value*. Recuperado el 06 de 11 de 2017, de Journal of Democracy de Johns Hopkins Press: https://www.unicef.org/socialpolicy/files/Democracy_as_a_Universal_Value.pdf
- Simon, J., & Kirby, J. (October de 1941). *Timely Comics*. Obtenido de Captain America: <http://readcomiconline.to/Comic/Captain-America-Comics-70th-Anniversary-Special/Full?id=128100#5>
- Simon, J., & Kirby, J. (Octubre de 1944). *Timely Comics*. Obtenido de Capitan América: <http://www.bauldelcomic.com/portada.php?edi=usa&cve=mca&num=42>
- Simon, J., & Kirby, J. (Septiembre de 1950). *Timely Comics*. Obtenido de Captain America: <http://www.bauldelcomic.com/portada.php?edi=usa&cve=mca&num=78>
- Simon, J., & Kirby, J. (Marzo de 1975). *Marvel Comics Group*. Obtenido de Captain America: <http://www.bauldelcomic.com/portada.php?edi=usa&cve=mca&num=183>
- Simon, J., & Kirby, J. (Abril de 1989). *Marvel Comics Grop*. Obtenido de Captain America: <http://www.bauldelcomic.com/portada.php?edi=usa&cve=mca&num=352>
- Simon, J., & Kirby, J. (Marzo de 1991). *Marvel Comics Group*. Obtenido de Captain America: <http://www.bauldelcomic.com/portada.php?edi=usa&cve=mca&num=383>
- Smith, A. (1776). *La riqueza de las naciones* . Obtenido de CEIO Historica: <http://ceiphistorica.com/wp-content/uploads/2016/04/Smith-Adam-La-Riqueza-de-las-Naciones.pdf>
- Striking Women. (2018). *World War I: 1914-1918*. Obtenido de Striking Women: <http://www.striking-women.org/module/women-and-work/world-war-i-1914-1918>
- Téllez, O. (sf). *El Producto Cultural* . Obtenido de https://www.icesi.edu.co/cic/images/docs/El_producto_cultural.pdf
- The Balance. (2018). *U.S. GDP by Year Compared to Recessions and Events*. Obtenido de The Strange Ups and Downs of the U.S. Economy Since 1929: <https://www.thebalance.com/us-gdp-by-year-3305543>
- The Economist. (2009). *Mass production*. Obtenido de The Economist : <http://www.economist.com/node/14299820>
- Trunkos, J. (6 de January de 2013). *What is Soft Power Capability and How does it impact Foreign Policy*. Obtenido de <http://culturaldiplomacy.org/academy/content/pdf/participant-papers/2013->

acdusa/What-Is-Soft-Power-Capability-And-How-Does-It-Impact-Foreign-Policy--Judit-Trunkos.pdf

Ugarteche, Ó., & Negrete, A. (Abril de 2012). *Crisis*. Obtenido de Observatorio Económico Latinoamericano : <http://www.obela.org/editorial/crisis>

Ugarteche, Ó., & Negrete, A. (2012). *Observatorio Económico Latinoamericano*. Obtenido de http://www.obela.org/#_ftnref2

UNESCO. (2000). *Culture, Trade and Globalization: questions and answers*. Obtenido de UNESCO: http://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/culture_trade_and_globalisation.pdf

UNESCO. (2017). *Culture for Sustainable Development*. Obtenido de UNESCO: <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/culture-and-development/the-future-we-want-the-role-of-culture/globalization-and-culture/>

United States Department of State. (2013). *Pop Culture Versus Real America*. Obtenido de Bureau of International Information Programs : https://photos.state.gov/libraries/korea/49271/april_2014/dwoa_0113_Pop_Culture_Versus_Real_America_English_Learning_Edition.pdf

Universidad de Groningen. (2012). *PIB per cápita de los Estados Unidos periodo 1870-2011*. Obtenido de [20:07, 27/1/2018] Carlita Orna: <https://aneconomicssense.org/2012/07/20/the-shift-from-equitable-to-inequitable-growth-after-1980-helping-the-rich-has-not-helped-the-not-so-rich/>

US Department of Commerce; Statistics Canada CANSIM. (2016). *Canada and US Gross Domestic Product (GDP), 1900–2016*. Obtenido de Exponential growth: US and Canadian GDP in the 20th century: <http://www.darrinqualman.com/us-canada-historic-gdp-exponential/>

US Embassy. (sf). *A Brief economic history of the United States*. Obtenido de highereducation.mheducation.com/sites/dl/free/.../SampleCh01.pdf

US Embassy. (sf). *Embaja de los Estados Unidos*. Obtenido de La Historia de los Estados Unidos en síntesis: <https://photos.state.gov/libraries/argentina/8513/ushistory/RHEUCap1.pdf>

US Embassy. (sf). *The U.S. Economy: A Brief History*. Recuperado el 21 de 11 de 2017, de Embaja de los Estados Unidos : <https://usa.usembassy.de/etexts/oecon/chap3.htm>

Usembassy. (sf). *Embaja de los Estados Unidos*. Obtenido de La Historia de los Estados Unidos en síntesis: http://www.usembassy-mexico.gov/bbf/le/0307_HistoriaEUsintesis.pdf

- USFlag. (10 de 02 de 2005). *WHAT DO THE COLORS OF THE FLAG MEAN?* Obtenido de USFLAG.ORG: <http://www.usflag.org/colors.html>
- Valderrama, P. (Bogotá de 1986). *El carácter nacional y la psicología de los pueblos en América Latina* . Obtenido de Redalyc: <http://www.redalyc.org/pdf/805/80518106.pdf>
- Vargas, M. (16 de 04 de 2000). *Las culturas y la globalización* . Obtenido de El país: https://elpais.com/diario/2000/04/16/opinion/955836005_850215.html
- Vesajoki, F. (16 de Diciembre de 2002). *The Effects of Globalization on Culture*. Obtenido de University of Jyväskylä: <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/8059/G0000619.pdf>
- Virtue, G. (Agosto de 2017). *Captain America, X-Men, Iron Man, the Avengers ... Jack Kirby, king of comics*. Obtenido de The Guardian: <https://www.theguardian.com/books/2017/aug/28/captain-america-x-men-iron-man-the-avengers-jack-kirby-king-of-comics>
- Voger, M. (15 de December de 2011). *Joe Simon interview: Captain America was a response to a Hitler's rise*. Obtenido de NJ Advance Media : http://www.nj.com/entertainment/index.ssf/2011/12/joe_simon_interview_captain_am.html
- Wendt, A. (1995). *Constructing International Politics*. Obtenido de The MIT Press: <http://www.jstor.org/stable/pdf/2539217.pdf?refreqid=excelsior:ed6417c9c62c7a13a322d1af44229507>
- Zalben, A. (20 de 07 de 2011). *Interview: Joe Simon, the man who created Captain America. Talks his life in comics*. Obtenido de MTV News: <http://www.mtv.com/news/2622246/interview-joe-simon-the-man-who-created-captain-america-talks-his-life-in-comics/>
- Zhan, D. (27 de 06 de 2014). *Bretton Woods: 70 años de un orden económico mundial*. Obtenido de Deutsch e Welle: <http://www.dw.com/es/bretton-woods-70-a%C3%B1os-de-un-orden-econ%C3%B3mico-mundial/a-17742374>

Tesis

- Chávez, C. (2018). *Del Gran Estado a la Gran Empresa: Análisis de la Marca Local "Primero Ecuador" y de la Marca País "Ecuador Ama la Vida" y sus implicaciones en la constitucionalidad de las soberanías alimentaria, económica y en las relaciones internacionales del Estado* (Pregrado Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador).

ANEXOS

ANEXO 1

TABLA 3

PIB DE ESTADOS UNIDOS POR AÑO COMPARADO CON RECESIONES Y EVENTOS

<i>Año</i>	PIB nominal (billones de USD)	PIB real (billones de USD)	Tasa de crecimiento del PIB	Eventos que influyeron en el PIB
1929	\$105,00	\$1.057,00	NA	Inicio de la Gran Depresión
1930	\$92,00	\$967,00	-8.5%	Ley de aranceles Smoot-Hawley.
1931	\$77,00	\$905,00	-6.4%	Desastre ecológico Dust Bowl
1932	\$60,00	\$788,00	-12.9%	Subidas de impuestos de Hoover
1933	\$57,00	\$778,00	-1.3%	Nuevo Acuerdo
1934	\$67,00	\$862,00	10.8%	Aumento de la Deuda de EE.UU
1935	\$74,00	\$939,00	8.9%	Seguro Social
1936	\$85,00	\$1.061,00	12.9%	FDR subida de impuestos
1937	\$93,00	\$1.115,00	5.1%	Regreso de la Depresión
1938	\$87,00	\$1.078,00	-3.3%	Fin de la Depresión
1939	\$94,00	\$1.164,00	8.0%	II Guerra Mundial
1940	\$103,00	\$1.266,00	8.8%	Aumento de la Defensa
1941	\$129,00	\$1.490,00	17.7%	Ataque Pearl Harbor
1942	\$166,00	\$1.772,00	18.9%	
1943	\$203,00	\$2.074,00	17.0%	Triplicación del Gasto de la Defensa
1944	\$225,00	\$2.239,00	8.0%	Instituciones Bretton Woods
1945	\$228,00	\$2.218,00	-1.0%	Fin de la II Guerra Fría
1946	\$228,00	\$1.961,00	-11.6%	Recortes presupuestarios
1947	\$250,00	\$1.939,00	-1.1%	Inicio de la Guerra Fría
1948	\$275,00	\$2.020,00	4.1%	Recesión
1949	\$273,00	\$2.009,00	-0.5%	OTAN
1950	\$300,00	\$2.184,00	8.7%	Guerra de Corea
1951	\$347,00	\$2.360,00	8.1%	
1952	\$368,00	\$2.456,00	4.1%	
1953	\$390,00	\$2.571,00	4.7%	Fin de la Guerra de Corea
1954	\$391,00	\$2.557,00	-0.6%	Dow vuelve a la altura de 1929
1955	\$426,00	\$2.739,00	7.1%	
1956	\$450,00	\$2.797,00	2.1%	
1957	\$475,00	\$2.856,00	2.1%	Recesión
1958	\$482,00	\$2.835,00	-0.7%	Fin de la Recesión
1959	\$523,00	\$3.031,00	6.9%	Fed subió las tasas
1960	\$543,00	\$3.109,00	2.6%	Recesión
1961	\$563,00	\$3.188,00	2.6%	El gasto deficitario de JFK terminó la recesión
1962	\$605,00	\$3.383,00	6.1%	
1963	\$639,00	\$3.530,00	4.4%	
1964	\$686,00	\$3.734,00	5.8%	LBJ's Medicare, Medicaid
1965	\$744,00	\$3.977,00	6.5%	
1966	\$815,00	\$4.239,00	6.6%	Guerra de Vietnam
1967	\$862,00	\$4.355,00	2.7%	
1968	\$943,00	\$4.569,00	4.9%	Lanzamiento a la luna

1969	\$1.020,00	\$4.713,00	3.1%	Posicionamiento de Nixon
1970	\$1.076,00	\$4.722,00	0.2%	Recesión
1971	\$1.168,00	\$4.878,00	3.3%	Control de precios de salarios
1972	\$1.282,00	\$5.134,00	5.2%	Estanflación
1973	\$1.429,00	\$5.424,00	5.6%	Fin del oro estándar
1974	\$1.549,00	\$5.396,00	-0.5%	Watergate.
1975	\$1.689,00	\$5.385,00	-0.2%	Fin de la recesión
1976	\$1.878,00	\$5.675,00	5.4%	reducción de la tasa de Fed
1977	\$2.086,00	\$5.937,00	4.6%	
1978	\$2.357,00	\$6.267,00	5.6%	Fed aumentó la tasa al 20% para detener la inflación
1979	\$2.632,00	\$6.466,00	3.2%	
1980	\$2.863,00	\$6.450,00	-0.2%	Recesión
1981	\$3.211,00	\$6.618,00	2.6%	Corte de tasa de Reagan
1982	\$3.345,00	\$6.491,00	-1.9%	Fin de la Recesión
1983	\$3.638,00	\$6.792,00	4.6%	Aumento de impuestos y gastos de defensa
1984	\$4.041,00	\$7.285,00	7.3%	
1985	\$4.347,00	\$7.594,00	4.2%	
1986	\$4.590,00	\$7.861,00	3.5%	Corte de Impuestos
1987	\$4.870,00	\$8.133,00	3.5%	Viernes Negro
1988	\$5.253,00	\$8.475,00	4.2%	Fed aumentó las tasas
1989	\$5.658,00	\$8.786,00	3.7%	S&L Crisis.
1990	\$5.980,00	\$8.955,00	1.9%	Recesión
1991	\$6.174,00	\$8.948,00	-0.1%	Recesión
1992	\$6.539,00	\$9.267,00	3.6%	NAFTA
1993	\$6.879,00	\$9.521,00	2.7%	Ley de presupuesto Balanceado
1994	\$7.309,00	\$9.905,00	4.0%	
1995	\$7.664,00	\$10.175,00	2.7%	Tasa elevada del Fed
1996	\$8.100,00	\$10.561,00	3.8%	Reforma del bienestar
1997	\$8.609,00	\$11.035,00	4.5%	
1998	\$9.089,00	\$11.526,00	4.5%	LTCM crisis.
1999	\$9.661,00	\$12.066,00	4.7%	Derogación de Glass-Steagall.
2000	\$10.285,00	\$12.560,00	4.1%	Burbuja de burbuja tecnológica

Fuente: (The Balance, 2018).

Elaborado por: Kimberly Amadeo.

ANEXO 2

CUADRO 3

INDICE PARA MEDIR EL PODER BLANDO DE UN PAÍS 2017

SUB-INDEX	METRIC	DATA SOURCE
1. CULTURE		
1.1	Total number of tourist arrivals	UN World Tourism Organisation
1.2	Average spend per tourist (total tourism receipts divided by number of tourists)	UN World Tourism Organisation
1.3	Number of films appearing in major film festivals	Various
1.4	Number of foreign correspondents in the country	Gorkana Media Database / Foreign Correspondent Associations / Various
1.5	Number of UNESCO World Heritage sites	UNESCO Statistics
1.6	Annual museum attendance of global top 100	The Art Newspaper Review Number 289, April 2017
1.7	Size of music market	IFPI Global Music Report 2017
1.8	Number of top 10 albums in foreign countries	IFPI Global Music Report 2017
1.9	Number of top 10 albums in foreign countries	IFPI Recording Industry in Numbers 2016
1.10	Olympic medals (Summer 2016 / Winter 2014)	International Olympic Committee
1.11	FIFA Ranking (Men's)	FIFA/Coca Cola World Rankings
1.12	Quality of national air carrier	Skytrax Arline Equality Review
1.13	Michelin starred restaurants	Michelin guide
1.14	Power Language Index (PLI)	Chan, K., Power Language Index, 2016
2. DIGITAL		
2.1	Facebook followers for heads of state (outside of country)	Facebook
2.2	Facebook engagement score for heads of state or government (outside of country)	Facebook
2.3	Facebook followers for ministry of foreign affairs (outside of country)	Facebook
2.4	Facebook engagement score for ministry of foreign affairs (outside of country)	Facebook
2.5	Number of internet users per 100 inhabitants	World Bank
2.6	Secure internet servers per 1 million people	World Bank
2.7	Mobile phones per 100 people	International Telecommunication Union
2.8	Internet bandwidth thousands Mbps	International Telecommunication Union
2.9	Government Online Services Index	United Nations E-Government Survey
2.10	E-participation Index	Web Index

2.11	Fixed broadband subscriptions per 100 people	World Bank
3. EDUCATION		
3.1	Average of OECD PISA science, maths and reading scores	OECD
3.2	Gross tertiary educational enrolment rate	World Bank
3.3	Number of top global universities	Times Higher Education (top 200)
3.4	Number of academic science journal articles published	World Bank
3.5	Number of international students in the country	UNESCO Institute for Statistics
3.6	Spending on education as percentage of GDP	World Bank
4. ENGAGEMENT		
4.1	Total overseas development aid	OECD
4.2	Overseas development aid / GNI	OECD
4.3	Number of embassies abroad	Lowy Institute / Embassypages / Various
4.4	Number of embassies in the country	Embassypages
4.5	Number of consulates general abroad	Lowy Institute / Embassypages / Various
4.6	Number of permanent missions to multilateral organisations	Lowy Institute / Various
4.7	Membership of international organisations	Various
4.8	Environmental treaty signatures	United Nations Treaty Collection
4.9	Asylum seekers per 1,000 people	World Bank / Asylum Seeker Resource Centre
4.10	Number of diplomatic cultural missions	Various
4.11	Number of countries a citizen can visit visa-free	Henley & Partners Visa Restrictions Index 2016
4.12	Size of Weekly Audience of State Broadcaster	Various
4.13	Environmental Performance Index (EPI)	Yale Center for Environmental Law & Policy (YCELP)
5. ENTERPRISE		
5.1	Global patents filed (percentage of GDP)	World Intellectual Property Organization / World Bank
5.2	WEF Competitiveness Index	World Economic Forum
5.3	Foreign direct investment as a percentage of GDP	United Nations Conference on Trade and Development Statistics / World Bank / Various
5.4	Heritage Economic Freedom Index score	2017 Index of Economic Freedom
5.5	Corruption Perceptions Index score	Transparency International Corruption Perceptions Index 2016
5.6	R&D spending as a percentage of GDP	World Bank
5.7	Global Innovation Index score	The Global Innovation Index 2016
5.8	Number of SMEs as percentage of labour force working in SMEs	International Finance Corporation
5.9	World Bank Ease of Doing Business Report	World Bank

5.10	Unemployment rate as a percentage of labour force	World Bank
5.11	Hi-tech exports as a percentage of manufactured exports	World Bank
5.12	Log of business start-up costs as a percentage of GNI per capita	World Bank
6. GOVERNMENT		
6.1	Human Development Index score	UNDP Human Development Report
6.2	Freedom House Index score	Freedom House
6.3	Number of think tanks in the country	McGann, J. (2017), 2016 Global Go to Think Tank Index Report
6.4	Gender Equality Index score	UNDP Human Development Report
6.5	Economist Democracy Index score	Economist Intelligence Unit
6.6	Size of shadow economy as a percentage of GDP	Hassan, M & Schneider, F (2016), Size and Development of the Shadow Economies of 157 Countries Worldwide: Updated and New Measures from 1999 to 2013
6.7	Homicides per capita	World Bank
6.8	World Bank Voice and Accountability Index score	World Bank
6.9	Capital punishment carried out in 2016	Amnesty International
6.10	Income inequality - gini coefficient	World Bank
6.11	World Economic Forum Trust in Government Index score	World Economic Forum
6.12	Press Freedom Index score	Reporters Without Borders
6.13	World Bank Government Effectiveness score	World Bank
6.14	World Bank Good Governance Regulation Quality score	World Bank
6.15	World Bank Good Governance Rule of Law score	World Bank
7. POLLING		
7.1	Cusine	International polling
7.2	Welcoming to tourists	International polling
7.3	Technology products	International polling
7.4	Luxury goods	International polling
7.5	Trust to do the right thing in global affairs	International polling
7.6	Appeal as a place to visit, work, or study	International polling
7.7	Contribution to global culture	International polling

Fuente: (Portland Communications, 2017).

Elaborado por: Jonathan McClory.

ANEXO 3

FIGURA 5

STEVE ROGERS ES RECHAZADO AL TRATAR DE ENLISTARSE



Fuente: Marvel Comics (Robinson & Martin, 2009, pág. 6)

Elaborado por: Joe Simon & Jack Kirby.

ANEXO 4

FIGURA 7
ESCAPE DE STEVE ROGERS

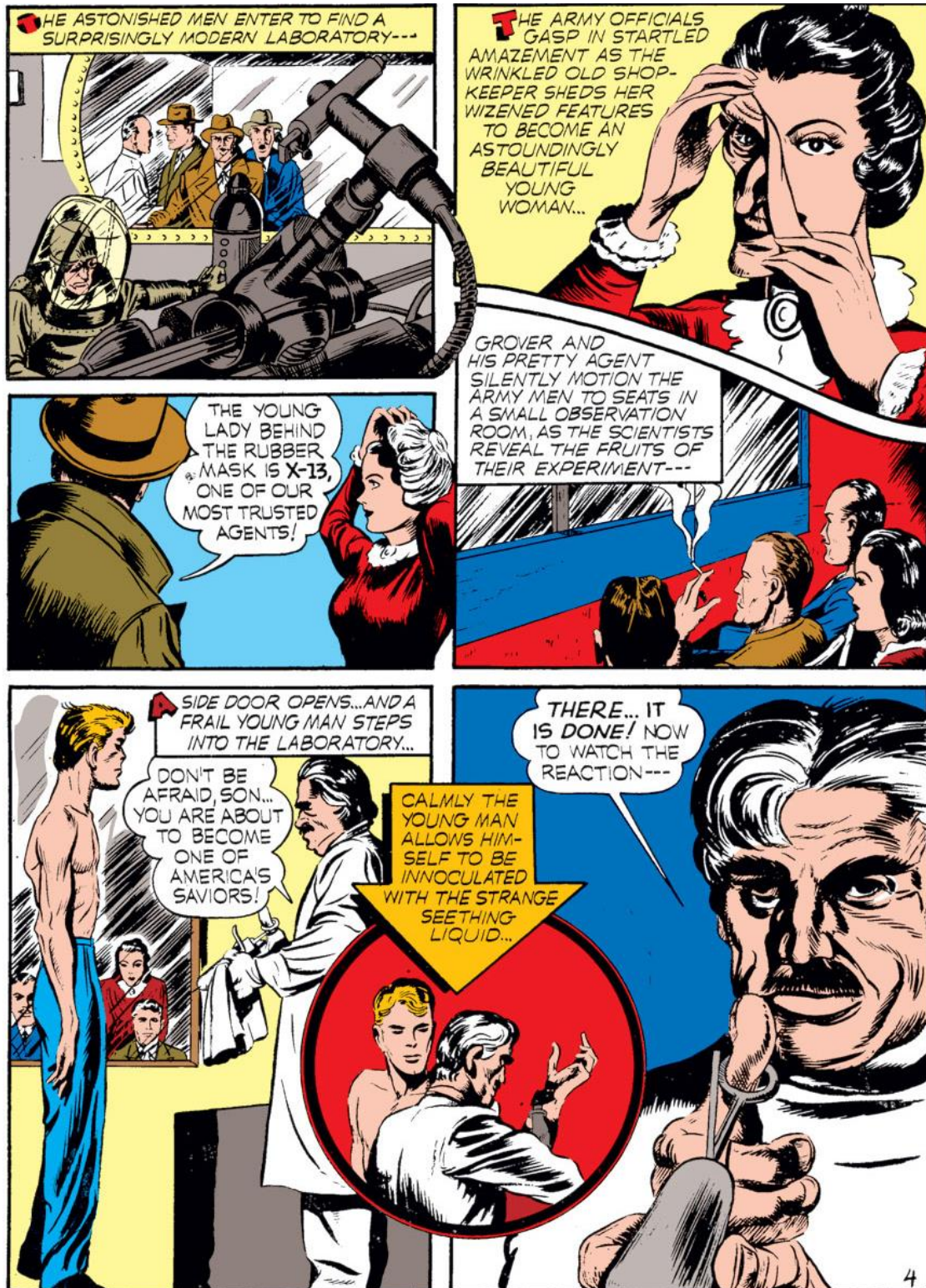


Fuente: Marvel Comics (Robinson & Martin, 2009, pág. 17)
Elaborado por: Joe Simon & Jack Kirby.

ANEXO 5

FIGURA 8

EXPERIMENTO DEL PROFESOR ABRAHAM ERSKINE REINSTEIN



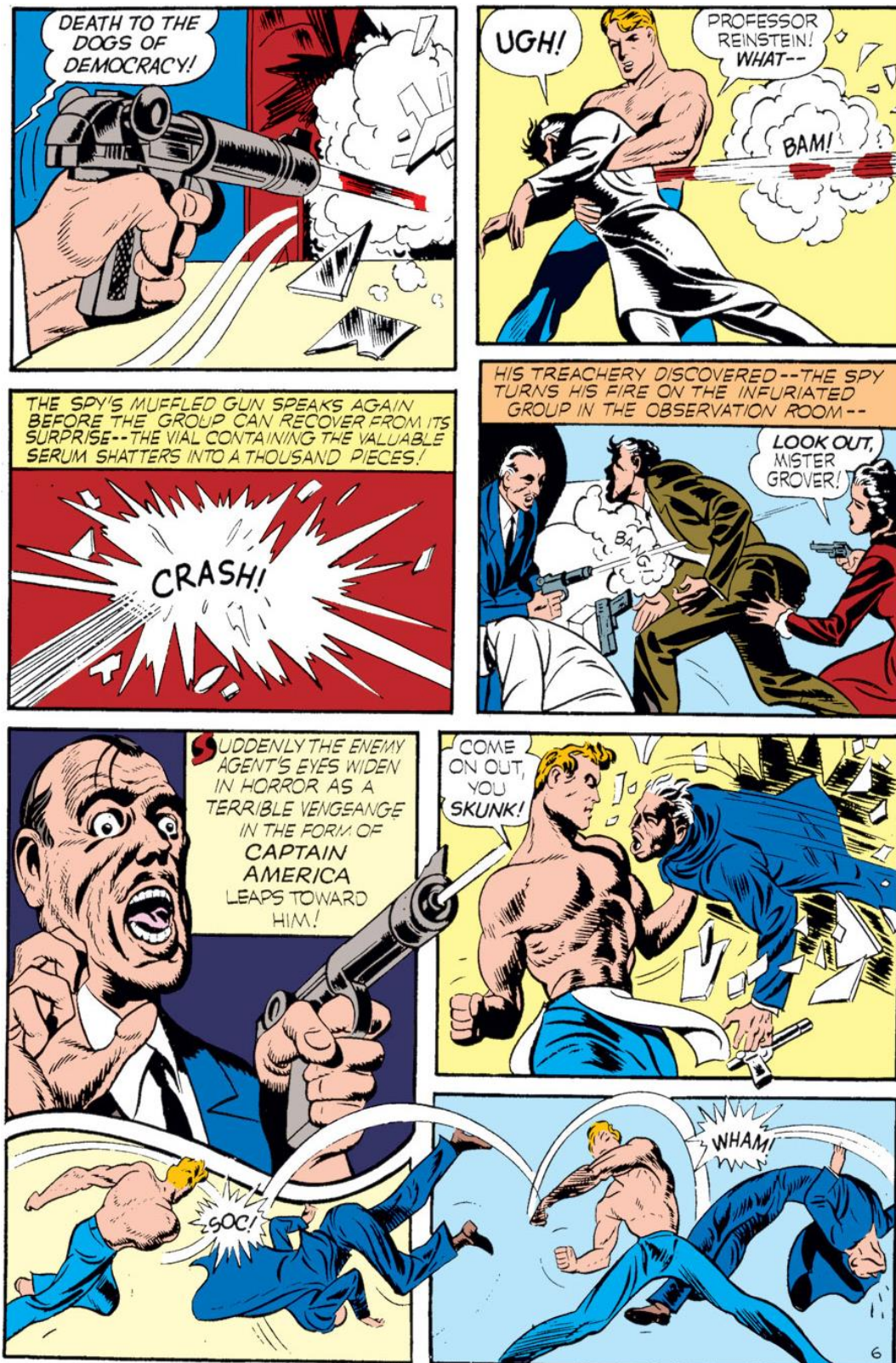
Fuente: Timely Comics (Simon & Kirby, 1941, pág. 4)

Elaborado por: Joe Simon & Jack Kirby.

ANEXO 6

FIGURA 10

PRIMERA APARICIÓN DEL CAPITÁN AMÉRICA



Fuente: Timely Comics (Simon & Kirby, 1941, pág. 6)
Elaborado por: Joe Simon & Jack Kirby.

ANEXO 7

FIGURA 11

PRESIDENTE F. D. ROOSEVELT ENTREGA ESCUDO AL CAPITÁN AMÉRICA



Fuente: (Fandom, sf)

Elaborado por: Joe Simon & Jack Kirby.

ANEXO 8

- GUIÓN DE LECTURA DE LAS FIGURAS 18,19,20

ANÁLISIS SEMIÓTICO DEL CAPITÁN AMÉRICA A NIVEL SEMÁNTICO, SINTÁTICO Y PRAGMÁTICO

La lectura del producto cultural Capitán América se realiza a través de la metodología semiótica con la triada de Pierce y la interpretación de tramas y personajes de Eco; además se analiza con la teorías constructivistas de Wendt y Onuf. Para la presente disertación, es importante aclarar que durante el análisis se toma la interpretación de los signos en función de los eventos históricos escogidos del siglo XX, lo cual explica el orden y el uso de la teoría y la metodología. No obstante, en las figuras 18, 19 y 20 los signos encontrados no tienen un orden específico ya que se forman conforme se realiza el ejercicio de interpretación desde las dimensiones semánticas, sintáticas y pragmáticas. En ese sentido, cabe señalar que en las portadas de cómics, sus tramas y personajes típicos están manifestados

en signos que coexisten y, por tanto, el sintagma no está ordenado de manera cronológica, dejando al receptor la libertad de iniciar y terminar su lectura por los puntos que más le llamen la atención. Así, el lector puede dar la lectura según su conocimiento e interpretación del objeto de estudio ya que no existe un código de colores y orden específico de lectura y comprensión.

A continuación se procede a explicar una forma de dar lectura a las figuras a través de los signos identificados de las portadas de cómics:

En el **signo 1**, partiendo de que se analiza la portada del joven Steve Rogers quién se convierte en el Capitán América, se puede contemplar la dimensión pragmática del humano potencializado del **signo 2** y el principio de libertad de ser y de actuar del **signo 13**, ya que representa la voluntad y responsabilidad política propia de los ciudadanos estadounidenses interpretado mediante el simbolismo del Capitán América como constructor de identidades pro fines del Estado vinculando con el significado explicado en el **signo 6** al ser un súper-soldado poderoso y legitimado por Estados Unidos. Esto genera sintagma con el **signo 7** y el **signo 12** debido a la unión de los objetos identificados desde el personaje del producto cultural al ser un ser humano, pero con la característica de ser ciudadano estadounidense, lo que significa que tiene el poder y la capacidad de ser mejor física, intelectual y moralmente, de esta manera simboliza el diferenciador entre la sociedad estadounidense y los demás. Conectando con las ideas anteriores, en el **signo 5** desde el indicio de que el Capitán América es el único beneficiario del experimento, lo convierte en el único personaje que representa Estados Unidos, cuyo sintagma con el **signo 3** figura el objeto y significante de cada triada respectivamente, mismas que permiten identificar la dimensión pragmática del **signo 11**, explicando el hecho de que a partir de la II GM Estados Unidos se convirtió en el salvador del mundo, promulgador de la paz y seguridad internacional. Bajo esta línea, el objeto del **signo 8**, parte desde la connotación de que el Capitán América utiliza un escudo para defenderse y al no portar armas para hacerlo simboliza la defensa de la seguridad colectiva para precautelar la paz, en ese sentido la dimensión pragmática del sintagma entre los **signos 9 y 10** vuelve a ser la existencia del país hegemónico Estados Unidos. En ambos casos la dimensión semántica y sintáctica parten de la creación de la doctrina nacional denominada

Destino Manifiesto, la cual justifica el rol del país en el sistema internacional debido a la connotación que se genera desde la idea de que Dios creó Estados Unidos y sus habitantes para salvar el mundo, y de ahí que el escudo sea una arma ofensiva. Finalmente en el **signo 4**, la dimensión pragmática es evidente a través de la comprensión de conceptos básicos para la interpretación del objeto de estudio como tal, ya que permite el reconocimiento del país, la bandera y sus colores, el traje militar y el nombre del producto cultural. Por lo tanto, la suma de las triadas identificadas genera el sintagma que permite concluir que el Capitán América es un símbolo que representa a Estados Unidos.

En fin, la conclusión mencionada puede ser identificada, al principio o al final de las figuras de acuerdo a la lectura de cada lector debido a la cohesión de los signos que se generan en cada una de las portadas seleccionadas.

ANEXO 9

REACCIONES PRAGMÁTICAS ACERCA DEL ESCUDO DEL CAPITÁN AMÉRICA

Reacción positiva plasmada en una canción infantil (Cartoon Intro, sf):

When Captain America throws his mighty shieeeld... all those who chose to oppose his shield must yieeeld... If he's led to a fight and a duel is due, then the red and the white and the blue will come through, when Captain America throws his mighty shieeeld." We defy Henry Jackman or Alan Silvestri to come up with anything so dazzling for the movies.

Reacción negativa plasmada en un poema crítico (Nu'utupu Giles, 2015):

Open letter to Marvel Comics

I've always been confused about your flagship character Captain America. As one of those militarized nations in the history of the world, I don't understand how our mascot's primary weapon is a shield. I feel like he'd be more authentic if he walked around with the nuclear missiles stuffed into his tighty whities; or if he stalked around waterboarding terrorists with diet coke; or if he towed it bag of Big Macs to clog the arteries of his enemies. If the next Avengers movie is a prequel and we travel back to 1492, what they call Christopher Columbus Captain America, ¿would his weapon be a flag infected with

smallpox? Sure! If it was set in Hawaii 1778, without American, Captain's name be Cook, his weapon, ¿a ship full of cholera?

When I see that shield, I'm reminded that one of every eight adult natives in Guam is a U.S. veteran. That American Samoa has a top Army recruiting station in the country; that Polynesian Islanders has the highest casualty rates in our armed forces. We are dying to belong, and I'm beginning to understand the metaphor of Captain America's weapon.

So show me how man builds a human shield, fills a military with the children of nations he is slain. We in the United States spend over eight times as much of our budget on warfare, than we do on education. Then we wait as failing schools spit out kids unserved; wait until the opportunities we dreamed of seemed farther away than the Stars our people once used as maps. And we asked the question to the young: ¿Would you fire a gun to feed your sons? ¿Would you die on a battlefield to build a house for your daughter?

We in America, to cry warlords in Africa for listening 13-year old soldiers while ROTC recruiters fish cadets out of our classrooms. See when the military grabs the land your family used to farm sugar plantation becomes platoon, but when farmers till the earth with guns the only crop is blood. When war is our only industry, the only crop is blood. In these territories: American Samoa, Guam, Puerto Rico, so more northern and Marianas Virgin Islands, the people are unable to cast a vote for the U.S. president who decides where and when we go to war.

So they're a shield with a lip but no mouth, no say what country it will be thrown into next. We are so much more than Wars bone and blood fists, more than body made bullet trap! I will show you how a shield giving no voice, can still grow teeth, still teach itself how to speak! We, survivors turn soldiers, we once and always will be Warriors. We as Captain America when your shield, our people decide our lives are worth more than the price of your citizenship, ¿what will you hide behind then?